

**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI LUWAK
DI YOGYAKARTA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA
KULINER (STUDI KASUS: KOPI LUWAK
MATARAM)**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Gayatri Aura Salamah
Nim : 216546
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata – Satu / S – 1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KOPI LUWAK
DI YOGYAKARTA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA
KULINER (STUDI KASUS: KOPI LUWAK
MATARAM)**

Gayatri Aura Salamah

216546

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing yang dimiliki produk Kopi luwak sebagai bagian dari daya tarik wisata kuliner di Yogyakarta dengan studi kasus pada Kopi Luwak Mataram. Kopi Luwak dikenal sebagai salah satu produk kopi khas Indonesia yang memiliki nilai jual tinggi dan proses produksi yang unik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara mendalam, dokumentasi dan tinjauan pustaka. Menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT, meliputi faktor internal dan eksternal untuk melihat daya saing produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi luwak asal Mataram menghadapi persaingan yang ketat ditinjau dari kualitas produk, keunggulan produk, dan harga bersaing. Namun, terdapat tantangan dalam hal tingkat persaingan, perubahan harga bahan baku, keterbatasan pasokan bahan baku, kemungkinan munculnya pesaing baru, serta masalah yang berhubungan dengan etika dalam produksi kopi luwak yang memerlukan strategi penguatan khusus. Kopi Luwak Mataram berpotensi menjadi ikon wisata kuliner Yogyakarta apabila mampu mengoptimalkan inovasi produk, mengembangkan wisata edukasi, dan mengoptimalkan citra merek.

Kata Kunci: Daya Saing, Kopi Luwak, Wisata Kuliner, Business Model Canvas, SWOT

***ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF LUWAK
COFFEE PRODUCTS IN YOGYAKARTA AS A CULINARY
TOURISM ATTRACTION (CASE STUDY: MATARAM
LUWAK COFFEE)***

Gayatri Aura Salamah

216546

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the competitiveness of Kopi Luwak products as part of the culinary tourism attraction in Yogyakarta with a case study of Kopi Luwak Mataram. Kopi Luwak is known as one of Indonesia's typical coffee products that has a high selling value and a unique production process. This study uses a descriptive qualitative approach through observation and in-depth interviews, documentation and literature review. Using Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis, including internal and external factors to see the competitiveness of the product. The results of the study show that Kopi Luwak from Mataram faces tight competition in terms of product quality, product excellence, and competitive prices. However, there are challenges in terms of the level of competition, changes in raw material prices, limited supply of raw materials, the possibility of new competitors emerging, and ethical issues in Kopi Luwak production that require special strengthening strategies. Kopi Luwak Mataram has the potential to become an icon of Yogyakarta's culinary tourism if it is able to optimize product innovation, develop educational tourism, and optimize brand image.

Keywords: Competitiveness, Kopi Luwak, Culinary Tourism, Business Model Canvas, SWOT

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebuah Provinsi di Pulau Jawa. Kawasan ini mempunyai beberapa sebutan, seperti kota pelajar, kota perjuangan, kota budaya, dan kota pariwisata (Radar Jogja, 2023). Hal ini disebabkan oleh peran Yogyakarta dalam perjuangan bangsa Indonesia melawan penjajah, memiliki banyak pusat pendidikan, memiliki tradisi dan adat istiadat yang masih melekat, serta memiliki banyak daya tarik lain yang menjadikan kota ini layak untuk dikunjungi. Pada tiap tahunnya Yogyakarta mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. Tabel 1.1, menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan tahun 2019 berada pada angka tertinggi, namun pada tahun 2020 hingga 2021 jumlah kunjungan wisatawan mengalami kemerosotan akibat wabah Covid-19 yang menimpa seluruh dunia. Pada tahun 2022 serta 2023, jumlah kunjungan wisatawan mulai mengalami peningkatan. (Laporan Kerja Dinas Pariwisata DIY, 2023).

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan isatawan DIY Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2019	27.365.291,00
2020	10.830.143,00
2021	7.590.233,00
2022	19.275.989,00
2023	24.174.855,00

(Sumber: Laporan Kerja Dinas Pariwisata DIY, 2023).

Yogyakarta memiliki letak geografis yang strategis, potensi wisata yang tinggi, serta sarana dan prasarana yang menunjang sebagai kota tujuan wisata.

Destinasi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta diklasifikasikan menjadi lima kategori wisata, meliputi wisata alam, wisata budaya dan sejarah, wisata minat khusus, desa wisata, dan wisata kuliner (Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, 2024).

Wisata kuliner merupakan kegiatan untuk mencoba makanan dan minuman yang memiliki keunikan, dan dilakukan oleh wisatawan saat berlibur, menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (ICTA) dalam Nugroho & Hardani (2020). Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata kuliner biasanya tertarik terhadap kuliner khas daerah tersebut, wisatawan akan mencoba dan menikmati kuliner yang ada karena mereka merasa belum lengkap pengalamannya apabila tidak mencoba kuliner khas daerah yang dikunjungi. Wisata kuliner Yogyakarta yang masuk dalam kelompok makanan adalah gudeg, bakpia, sate kere, sate klathak, mangut lele, soto bathok, oseng mercon, dan sego godhog. Sedangkan, kuliner yang masuk dalam kelompok minuman adalah wedhang uwuh, bir pletok, dan es semlo dan kopi jos (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2024).

Saat ini kopi merupakan minuman yang sedang mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat karena rasanya yang bervariasi dan sifatnya sebagai stimulan (Anjarsari *et al.*, 2021). Tidak heran, seiring berjalannya waktu, konsumsi kopi tidak lagi hanya menjadi pilihan bagi generasi tua saja; kopi juga telah menjadi bagian dari generasi muda sebagai bagian dari gaya hidup modern. Kopi yang ditanam di Indonesia terbagi menjadi dua jenis, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Kopi Arabika merupakan biji kopi yang tumbuh di

daerah pegunungan, sedangkan kopi Robusta merupakan biji kopi yang tumbuh di dataran rendah (Ardhianisca *et al.*, 2022). Varietas kopi Indonesia yang terkenal di pasaran dunia antara lain kopi Gayo, kopi Mandarin, kopi Lampung, kopi Toraja, dan kopi Luwak. (Anjarsari *et al.*, 2021). Budaya minum kopi sudah menjadi fenomena di banyak negara, daerah, dan kota. Saat ini telah hadir menu-menu kopi dengan rasa yang khas. Para pecinta kopi mengapresiasinya dengan cara memandang kopi sebagai minuman dengan beragam cita rasa yang unik, kini para pecinta kopi dimanjakan dengan rasa kopi luwak.

Kopi luwak adalah biji kopi yang telah dicerna oleh luwak, mengalami proses fermentasi di dalam perutnya dan kemudian dikeluarkan dalam bentuk bongkahan biji yang disebut kotoran luwak. (Anjarsari *et al.*, 2021). Meningkatnya permintaan kopi luwak dimulai pada tahun 2003 ketika kopi ini ditampilkan pada acara “*The Oprah Winfrey Show*” yang menyandang gelar sebagai “*The Most Expensive Coffee in the World*”. Selain itu, kopi luwak juga mendapat predikat sebagai “*The 1st Excellent and Most Expensive Coffee in the World*”, sebagaimana tercatat dalam *Guinness Book of Record*, menurut Warta Ekspor Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (M Muzaiifa *et al.*, 2019). Kopi luwak terkenal sebagai kopi khas Indonesia yang memiliki ciri proses produksi yang sangat unik, cita rasa yang lezat serta harga yang sangat fantastik, tidak seperti kopi pada umumnya.

Tabel 1.2. Harga Kopi Termahal di Dunia

No	Nama Kopi	Asal Negara	Proses Pembuatan	Harga
1.	Kopi Black Ivory	Thailand	Melibatkan sekitar 30 ekor gajah untuk memproduksi biji kopi. Memiliki cita rasa yang sedikit pahit dengan nuansa cokelat halus dan sedikit aroma buah ceri.	US\$2.500/kg atau sekitar Rp38 juta/kg.
2.	Kopi Misha	Amerika	Buah kopi akan dimakan Coati. Biji yang masuk kedalam proses pencernaan akan bercampur dengan buah buahan yang telah dimakan sebelumnya sehingga mempengaruhi rasa.	US\$1.500/kg atau sekitar Rp22 juta/kg.
3.	Kopi Luwak	Indonesia	Buah kopi akan dimakan Luwak. Di dalam pencernaannya terdapat enzim baik yang menyebabkan kopi ini rendah kafein. Kopi ini memiliki rasa asam yang rendah.	US\$1.163/kg atau sekitar Rp.20 Juta/kg.

(Sumber: CNN, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa kopi Luwak menempati posisi ketiga sebagai kopi termahal di dunia setelah Kopi black Ivory dan Kopi misha. Harga kopi luwak mencapai US\$1.163/kg atau sekitar Rp20 Juta/kg. Kopi luwak tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, tetapi juga merespons kebutuhan pasar global. Tingginya permintaan ini faktor utamanya disebabkan oleh gaya hidup individu yang gemar menghabiskan masa liburannya sebagai bagian dari wisata kuliner. Hal tersebut yang menjadikan kopi luwak sangat menarik bagi para pencinta kopi dan memosisikannya sebagai salah satu komoditas yang banyak dicari oleh wisatawan yang berkunjung ke Indonesia.

Produsen kopi luwak di Yogyakarta dapat dikatakan sangat melimpah, salah satu produsen yang menjadi pusat dan cukup terkenal di kalangan masyarakat adalah “Kopi Luwak Mataram” yang terletak di Jalan Palemwulung, Plumbon, Banguntapan, Bantul. Posisinya yang strategis karena terletak di wilayah Kotagede, suatu kawasan bersejarah di mana terdapat sisa-sisa bekas ibu kota Kerajaan Mataram Islam. Rumah industri ini telah berdiri sejak tahun 2011. Kopi luwak di Yogyakarta memiliki potensi besar meskipun demikian, keberadaan produk ini di pasar wisata kuliner juga menghadapi berbagai tantangan. Daya saing produk kopi luwak di Yogyakarta tidak selalu ditentukan dari kualitas kopi itu sendiri, tetapi juga oleh faktor pemasaran, pelayanan, harga, dan citra yang diciptakan oleh produsen kopi luwak. Selain itu, persaingan yang semakin ketat dengan produsen kopi dan kuliner lainnya, baik di Yogyakarta maupun di daerah lain, membuat penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model kerangka kerja serta daya saing produk kopi luwak di Yogyakarta, khususnya di “Kopi Luwak Mataram” sebagai bagian dari daya tarik wisata kuliner.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, telah ditemukan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana model bisnis “Kopi Luwak Mataram” sebagai daya tarik wisata kuliner di Yogyakarta?
2. Bagaimana daya saing produk kopi luwak yang dimiliki oleh “Kopi Luwak Mataram” sebagai bagian dari daya tarik wisata kuliner?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui model bisnis “Kopi Luwak Mataram” sebagai daya tarik wisata kuliner di Yogyakarta.
2. Mengetahui daya saing produk kopi luwak yang dimiliki oleh “Kopi Luwak Mataram” sebagai bagian daya tarik wisata kuliner.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung maupun tidak langsung bagi semua pihak, sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat berperan terhadap pengembangan ilmu pemasaran khususnya wisata kuliner dan daya saing produk, khususnya mengenai produk khas daerah seperti kopi luwak. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur tentang daya saing produk dalam industri pariwisata kuliner, bagi mahasiswa program studi Pariwisata setelah penulis.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian dapat menggambarkan model kerja dan daya saing atas produk “Kopi Luwak Mataram” dalam pasar wisata kuliner secara mendetail. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, mendorong kualitas

produk, serta memperbaiki aspek-aspek pengalaman wisata yang ditawarkan kepada konsumen.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan metode atau cara yang terorganisir dan sistematis untuk menulis artikel ilmiah, yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian gagasan. Memperhatikan sistematika penulisan sangat penting agar karya tulis yang dihasilkan memiliki struktur yang baik dan tersusun secara sistematis. Berikut merupakan sistem penulisan yang digunakan dalam proses penyusunan Artikel Ilmiah ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Penulis menguraikan alasan dan isu-isu yang mendasari penelitian ini. Masalah yang menjadi fokus penelitian dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai, manfaat secara teori maupun praktis dijabarkan, serta menyajikan sistematika penulisan yang dirancang untuk mengoptimalkan penyampaian gagasan dalam penulisan Artikel Ilmiah.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Penulis mengulas terkait kajian literatur yang mencakup hasil penelitian terdahulu sebagai referensi, kajian teori yang relevan dengan topik penelitian, serta kerangka berpikir yang terdiri dari pokok pikiran yang menyertakan teori, fakta, observasi, dan kajian kepustakaan yang mendasari penulisan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Penulis membahas tentang hakikat penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis membahas mengenai hasil dan pembahasan penelitian, yang meliputi sejarah kopi luwak, proses pembuatan kopi luwak, gambaran umum lokasi penelitian, model bisnis “Kopi Luwak Mataram” serta daya saing produk.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis membahas terkait kesimpulan dari penelitian serta memberikan saran kepada pemilik usaha dan penelitian selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini telah mengeksplorasi secara menyeluruh aspek daya saing dari produk “Kopi Luwak Mataram” di Yogyakarta dalam konteks wisata kuliner. Melalui penelitian dan analisis yang mendalam dapat disimpulkan bahwa “Kopi Luwak Mataram” memiliki model bisnis yang berpotensi untuk bersaing di pasar pariwisata kuliner Yogyakarta. Model bisnis ini didasarkan pada sembilan komponen utama dari *Business Model Canvas* (BMC). “Kopi Luwak Mataram” menawarkan kopi luwak sebagai produk andalannya yang disempurnakan dengan nilai tambah melalui wisata edukasi, kemasan eksklusif, dan sertifikasi halal. Segmen pelanggan utama meliputi wisatawan internasional dan pecinta kopi *speciality* meskipun demikian, ada potensi untuk memperluas segmen wisatawan lokal dan pelajar melalui wisata edukasi.

Hasil analisis SWOT, diketahui bahwa “Kopi Luwak Mataram” memiliki kekuatan internal yang mencakup kualitas produk, keunikan konsep, dan harga yang kompetitif. Namun, terdapat kelemahan internal seperti biaya produksi yang tinggi, ketergantungan pada bahan baku, serta keterbatasan dalam kapasitas produksi. Peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan adalah potensi pariwisata Yogyakarta, tren konsumsi kopi, serta ketertarikan konsumen terhadap kopi vitalitas. Ancaman eksternal yang harus diperhatikan adalah persaingan yang sangat ketat dengan produsen kopi luwak yang lain,

perubahan harga bahan baku, dan isu-isu yang berhubungan dengan keaslian keetisan kopi luwak. Berdasarkan analisis tersebut, “Kopi Luwak Mataram” dapat menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan daya saingnya, di antaranya mengembangkan paket wisata edukatif, melakukan diversifikasi produk, meningkatkan efisiensi dalam biaya operasional, serta memperkuat identitas merek.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan sejumlah saran yang berpotensi memberikan kontribusi positif bagi “Kopi Luwak Mataram” dan pihak-pihak terkait:

1. Bagi “Kopi Luwak Mataram”

a. Pengembangan Wisata Edukasi

“Kopi Luwak Mataram” perlu meningkatkan upayanya dalam promosi wisata edukasi kepada wisatawan lokal maupun internasional. Kolaborasi dengan agen perjalanan dan penciptaan paket wisata yang menarik dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memperluas pasar.

b. Diversifikasi Produk

“Kopi Luwak Mataram” perlu melakukan diversifikasi produk dengan menggunakan jenis kopi lain, produk berbasis kopi yang berbeda, atau dengan pilihan kemasan yang berbeda. Diversifikasi dalam produk dapat memperluas jangkauan pasar dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis kopi.

c. Optimalisasi Citra Merek

“Kopi Luwak Mataram” perlu memperkuat citra mereknya dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Fokus pada kualitas produk, keunikan ide, dan metode produksi yang etis dapat menciptakan citra yang baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif, karena itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis pengalaman pengunjung dengan cara yang lebih sistematis. Penelitian melalui survei dengan skala pengukuran dan analisis statistik dapat menghasilkan data yang lebih objektif mengenai kepuasan pengunjung, nilai persepsi, kualitas produk, serta elemen-elemen lain yang memengaruhi pengalaman mereka di “Kopi Luwak Mataram”.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. (2022). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Tenun Di Sentosa Sasak Tenun Pringgasela Desa Pringgasela Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok Timur. *tesis*, 9, 356–363.
- Agustine, Damayanti, & Putri. (2021). *Karakteristik Ekstrak Kafein Pada Beberapa Varietas Kopi Di Indonesia; Review*. 78–89.
- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Pengelolaan Pawon Luwak Coffe Borobudur Berbasis Wisata Edukasi. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(3), 294–304. <https://doi.org/10.37329/metta.v3i3.2763>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anjarsari, Risky Nurfadila, & Iswatul Saldina. (2021). Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Kedai Kopi Ledokan Di Binangun Blitar. *Jamanta : Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unita*, 1(1), 24–39. https://doi.org/10.36563/jamanta_unita.v1i1.419
- Ardhiarisca, O., Putra, R., & Wijayanti, R. R. (2022). Studi Perbandingan Nilai Ekonomi Kopi Arabika dan Robusta dalam Bisnis Mikro. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 22(1), 42–50. <https://doi.org/10.25047/jii.v22i1.3108>
- Budiman, T. (2017). Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). *Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 19.
- Dewi, N. M. A. K., Widyastuti, S. K., & Suatha, I. K. (2019). Aktivitas Harian Musang Luwak (*Paradoxurus hermaproditus*) yang Dikandangan. *Indonesia Medicus Veterinus*, 8(1), 52. <https://doi.org/10.19087/imv.2019.8.1.52>
- Fitriani, D. (2023). Daya Nasional Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora Eksistensi budaya minum kopi dari era kolonial hingga era modern. *Daya Nasional: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(3), 114–119. <https://doi.org/10.26418/jdn.v1i3.70369>
- Hadiningtyas. (2020). Daya Tarik Wisata Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Melalui Persepsi Wisata Kampung Heritage Kayutangan Malang. *Undergraduate thesis, STIE MALANGKUCECWARA*, 10, 8–12. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1104>

- Hasnah, V., & Nugroho, S. (2021). Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner. *Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLLE)*, 1(1), 141–154.
https://www.researchgate.net/profile/Setyo-Nugroho-10/publication/379460351_GASTRONOMI_MAKANAN_YOGYAKARTA_SEBAGAI_ATRAKSI_WISATA_KULINER/links/660adb4810ca86798734cc4b/GASTRONOMI-MAKANAN-YOGYAKARTA-SEBAGAI-ATRAKSI-WISATA-KULINER.pdf
- Ii, B. A. B., Produk, A. T., & Produk, P. (2019). *Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2014)*, 96-97. 20. 96–97.
- Indah Juwita, A., & Husna Arsyah, R. (2020). Analisis Konvergensi Media Dalam Mendukung Daya Saing Industri Nagari Pariangan Tanah Datar. *Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri*, 1(1), 9–14.
<https://doi.org/10.47841/adpi.v1i1.14>
- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 284–293.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jke.v13i1.7062>
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(1), 49–56.
<https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.485>
- Munib, A., & Wulandari, F. (2021). Studi Literatur: Efektivitas Model Kooperatif Tipe Course Review Horay Dalam Pembelajaran IPA Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 7(1), 160–172.
<https://doi.org/10.29407/jpnd.v7i1.16154>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Teor dan Aplikasi disertai contoh proposal). In *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Press (Pertama)*.
http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx
- Muzaifa, Hasni, Rahmi, & Syarifudin. (2019). What is kopi luwak? A literature review on production, quality and problems. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 365(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/365/1/012041>

- Nugroho, S. P., & Hardani, P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52–62. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp52>
- Pratiwi, Y. (2023). Identifikasi 4A (Attraction, Amenity, Accessibility dan Ancillary) dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Pantai Tanjung Pendam, Kabupaten Belitung. *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)*, 3(2), 59–67. <https://doi.org/10.22225/jcpa.3.2.2023.59-67>
- Putri, Mayasari, & Hiroyuki. (2022). Gambaran Kesejahteraan Musang Luwak Tangkar (*Paradoxurus hermaphroditus*) Penghasil Biji Kopi Luwak Pegunungan Malabar, Jawa Barat. *ACTA VETERINARIA INDONESIA*, 10(1), 58–70. <https://doi.org/10.29244/avi.10.1.58-70>
- Ridwan, M., AM, S., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Setiawan. (2019). Business Model Canvas. *Business Model Canvas*, XXIII(2), 5–7. file:///C:/Users/Tomoko/Downloads/BMY_section1_canvas.pdf
- Silvandi, G. O., & Mandalia, S. (2022). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to see, Something to do, Something to buy). *i-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 1(2), 70. <https://doi.org/10.31958/i-tourism.v1i2.4923>
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Suwandojo, D., & Wati, I. W. K. (2021). Management of Culinary Business Kopi Bukan Luwak Pakem, Sleman, Yogyakarta As a Creative Industry. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga* <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44646%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/viewFile/44646/16653>

- Syahrani, M. (2020). Membangun Kepercayaan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Primary Education Journal (Pej)*, 4(2), 19–23. <https://doi.org/10.30631/pej.v4i2.72>
- Usrah, C. R. Al, & Kembaren, E. T. (2024). Bangkit Dari Badai: Transformasi Industri Wisata Kuliner Kopi Dan Komunitas Petani Di Aceh Tengah Pasca Pandemi. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 50–61. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v4i1.9092>
- Widyawati, N. (2024). Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvaas Pada UMKM. In Nur Widyawati (Ed.), *Journal GEEJ* (1 ed., Vol. 7, Nomor 2).
- Wiyanda Vera Nurfajriani, Muhammad Wahyu Ilhami, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, M. W. A. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.
- Wulandari, D. (2020). Analisis Swot Pada Produk Ib Multiguna Bank Jateng Syariah Kcps Semarang Barat. *Skripsi*, 13.
- Yulia, R., Adnan, A. Z., & Putra, D. P. (2016). Analisis Kadar Kofein Kopi Luwak dengan Variasi Jenis Kopi, Spesies Luwak dan Cara Pengolahan dengan Metoda TLC Scanner. *jurnal sains farmasi klinis*, 02(02), 171–175.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>