

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Musang Luwak (*Paradoxurus hermaphroditus*) adalah mamalia yang hidup dan tersebar di seluruh hutan tropis Asia Selatan sampai Asia Tenggara termasuk Indonesia. Hewan ini merupakan hewan yang dapat hidup di atas pohon (arboreal) (Vaughan dkk., 2000 dalam Dewi dkk., 2019). Penelitian sebelumnya mengenai Musang Luwak oleh Novianna (2023), menyebutkan bahwa Musang Luwak lebih menyukai habitat dengan susunan vegetasi yang rapat dan dekat dengan sumber pakan, karena dapat memberikan rasa nyaman dan rasa terlindungi untuk melakukan aktivitasnya.

Keberadaan sumber pakan yang memadai serta ekosistem yang sesuai menjadi komponen utama yang dipilih sebagai tempat tinggalnya. Sebagai mamalia omnivora, hewan ini lebih banyak mengonsumsi buah karena kandungan gizi serta ketersediaan yang melimpah di habitatnya, hal ini menjadikan buah sebagai makanan utama dalam pola makannya, sistem pencernaan yang dimiliki juga lebih mendukung dalam mencerna buah dibandingkan dengan daging.

Salah satu buah yang biasanya dimakan yaitu buah kopi, karena ketika sudah matang buah kopi memiliki rasa manis serta kandungan air yang tinggi hal ini cocok untuk kebutuhan asupan energi serta airnya. Sistem pencernaan musang memiliki cara yang unik untuk mencerna buah, buah yang dimakan hanya dicerna bagian dagingnya saja tetapi bagian biji dibuang secara utuh melalui feses, bagian inilah yang biasa dikumpulkan dan dimanfaatkan sebagai produk kopi luwak. Produk kopi yang melalui fermentasi alami di dalam perut Musang Luwak, memiliki rasa yang khas dan menjadikannya kopi eksklusif dengan nilai ekonomi yang tinggi (Putri dkk., 2022).

Eksistensi Musang Luwak kini menghadapi ancaman yang krusial tidak hanya secara alamiah seperti ular berukuran besar dan ketersediaan pakan, namun juga akibat maraknya aktivitas manusia seperti pemburuan liar, fragmentasi habitat, serta perdagangan ilegal. Pemanfaatannya sebagai hewan yang terlibat dalam pembuatan kopi eksklusif dengan harga tinggi yaitu Rp350.000-Rp450.000 per kilogram yang dipasarkan oleh UMKM (usaha mikro, kecil, menengah) (Zaidi dkk., 2016).