

**Pengembangan Kemasan Produk Sabun Kopi (Letofie) Sebagai Wujud  
Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Lembantongoa**

*Development Of Coffee Soap (Letofie) Product Packaging As A Form Of  
Community Empowerment In Lembantongoa Village*

**Nurul Rodiah**

Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Tadulako

**Wiri Wirastuti**

Universitas Tadulako

**Harnida Wahyuni Adda**

Universitas Tadulako

Jl. Soekarno-Hatta Km.9 Palu, Sulawesi Tengah 94118

Korespondensi Email: [nurulrodiahhubu@gmail.com](mailto:nurulrodiahhubu@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 30 Maret 2023

Revised: 13 April 2023

Accepted: 15 Mei 2023

**Keywords:** *product packaging, coffee soap, empowerment.*

**Abstract:** *The aim of coffee soap product packaging development of Letofie was to increase the product's commercial worth in order to make it technologically advanced and safely packed (packaging). The market, where trading is happened, people are offering to sell used coffee beans (under size of 5) at lower price. Usage of used coffee beans as the primary component for soap production is a form of empowerment in Lembantongoa village. The method used to achieve this aim is to provide knowledge to the people and provide packaging design training to one of the village youth organization. Coffee soap that is ecologically friendly and product packaging designs that are more appealing and impact-resistant are the outcomes of this knowledge-sharing and training activity.*

---

**ABSTRAK**

*Pengembangan kemasan produk sabun kopi Letofie ini bertujuan untuk menambah nilai jual produk menjadi produk yang lebih kekinian dan aman dengan menggunakan kemasan (packaging). Masyarakat menjual biji kopi buangan (dibawah size 5) dengan harga yang sangat rendah di pasaran, wujud pemberdayaan pada desa Lembantongoa ini dilakukan dengan memanfaatkan biji kopi buangan menjadi bahan utama pembuatan sabun kopi. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut yakni memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan memberikan pelatihan desain kemasan kepada salah satu pemuda penggerak desa. Hasil dari kegiatan pemberian*

*pengetahuan serta pelatihan ini yakni terciptanya sabun kopi yang ramah lingkungan dan desain kemasan produk yang lebih menarik dan aman dari benturan fisik.*

***Kata Kunci*** : *kemasan produk, sabun kopi, pemberdayaan*

## **PENDAHULUAN**

Desa Lembantongoa merupakan salah satu desa penghasil Kopi Robusta dan Arabika terbaik yang ada di Kecamatan Palolo, Kabupaten Sigi, Sulawesi Tengah. Masyarakat desa ini dominan berasal dari provinsi Jawa (transmigran), masyarakat mulai menduduki desa Lembantongoa pada bulan Desember 2014 dengan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah berupa rumah, lahan untuk berkebun, bibit kopi dan buah – buahan. Desa ini berjarak 70 Kilometer dari Kota Palu dengan ketinggian rata – rata 1000 meter dari permukaan laut. Jumlah penduduk Desa Lembantongoa secara keseluruhan sebanyak 3.050 jiwa dari ke-lima dusun.

Desa Lembantongoa khususnya dusun V, Satuan Pemukiman (SP) II merupakan desa yang diberdayakan oleh salah satu lembaga kemanusiaan dengan mengambil hasil panen berupa kopi Robusta dan Arabika yang telah tersortir (size 5 – 8). Biji kopi dibawah size 5 tidak diambil karena akan mempengaruhi cipta rasa dari kopi ketika dikelola menjadi minuman siap saji.

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia. Menurut Tesavrita jenis kopi yang banyak di hasilkan di Indonesia adalah kopi jenis robusta, yang memiliki harga jual lebih murah dari jenis arabika (Yayan Mulyana, 2021). Desa Lembantongoa memiliki hasil panen jenis Robusta yang lebih melimpah dibandingkan jenis arabika, kopi Robusta dalam 1 Ha dapat mencapai 100 – 150 Kilogram dalam satu bulan, sedangkan arabika hanya mencapai 50 Kilogram dalam satu bulannya. Hasil panen arabika yang berbanding jauh dengan robusta ini dan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai harga dari jenis kopi membuat masyarakat tidak lagi memproduski kopi jenis arabika.

Berdasarkan hasil survey, penulis menyimpulkan bahwa masyarakat desa Lembantongoa khususnya petani kopi di dusun V merasa penghasilan kopi robusta dan arabika mulai mengurang dikarenakan usia pohon kopi yang sudah tua berkisar 8 tahun. Disisi lain, YGBK mengambil kopi dengan size 5 – 8 mengakibatkan biji kopi dibawah size 5 hanya dijual ke pengepul dengan harga yang sangat rendah. Berdasarkan hasil yang penulis dapati, kopi buangan ini masih berpotensi tinggi jika dikelola lebih lanjut oleh masyarakat dengan menjadikan serbuk kopi sebagai salah satu bahan utama dalam proses pembuatan sabun kopi.

Sabun merupakan salah satu kewajiban konsumsi tubuh kita, sabun dapat membersihkan kulit dari debu, keringat, kotoran, sebum hingga partikel polusi yang menempel pada tubuh secara bersih dan tuntas. Kehadiran sabun handmade kemudian dapat memberikan nilai lebih dibandingkan sabun yang diproduksi oleh pabrik. Sabun handmade memiliki beberapa keunggulan, yakni tidak mengandung bahan kimia

penghasil busa, peneras sabun, pengawet yang dapat merusak lapisan pelindung kulit (skin barrier), sehingga mampu memberikan manfaat sabun yang sebenarnya, serta sangat ramah lingkungan, karena air residu sabun tidak mengandung bahan kimia, sehingga tidak akan mencemari ekosistem tanah dan air (Panir Selwen, 2021). Menurut Neswati keberadaan sabun handmade juga turut menjawab kebutuhan orang-orang berkulit sensitif yang menginginkan sabun pembersih yang aman bagi kulitnya, yakni tidak mengandung bahan kimia yang sangat berbahaya, karena dapat memicu peradangan yang lebih parah (Panir Selwen, 2021)

Banyak produk sabun kopi yang terjual dipasaran dengan harga fantastis namun penjualannya melejit, hal ini disebabkan karena kemasan produk dari sabun sangat menarik minat konsumen dan lebih higienis dibandingkan dengan kemasan produk – produk rumahan pada umumnya. Padahal jika produk rumahan dikemas secara baik dan rapi maka akan membuat produk sabun kopi memiliki nilai tambah dan citra yang lebih baik.

Kemasan yang digunakan oleh produk sabun kopi (Letofie) merupakan kemasan siap pakai yang banyak dijual ditoko – toko plastik, kemasan yang digunakan kurang sesuai jika produk sabun akan dijual atau dipasarkan lebih meluas. Plastik yang digunakan hanya melindungi sabun dari debu dan kotoran akibat udara, sementara jika produk akan dijual lebih meluas maka sabun yang hanya dikemas dengan plastik ini akan rusak fisik karena tidak terlindungi pada saat pendistribusian. Dalam mengembangkan suatu produk, hal yang harus dilakukan yaitu membuat desain kemasan yang lebih menarik sehingga dapat memberikan informasi mengenai kebermanfaatan sabun dan juga proses promosi produk baik secara traditional marketing, digital marketing, direct marketing, personal selling dan publicity yang dapat meningkatkan nilai jual serta membuat brand image lebih dikenal.

Dengan demikian, penulis melakukan kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat dusun V mengenai pemanfaatan biji kopi buangan dan juga terkhusus untuk pelatihan pembuatan label kemasan produk sabun kopi kepada pemuda penggerak desa mengenai proses pembuatan desain kemasan yang lebih higienis dan dapat menarik minat konsumen. Harapan dari kegiatan yang dilakukan ini yaitu masyarakat Lembantongoa khususnya dusun V dapat termotivasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat melalui pengetahuan yang telah diberikan dan khususnya pemuda penggerak desa yang terus berupaya mengembangkan produk sabun kopi Letofie menjadi produk yang terkenal dipasaran.

## **METODE**

Metode yang dilakukan pengabdian pada kegiatan ini yaitu Metode Pemberian Pengetahuan (Wawasan) dan Pelatihan. Kegiatan pemberian pengetahuan atau wawasan kepada masyarakat ini berlangsung di Desa Lembantongoa dengan

melibatkan para petani kopi. Sedangkan pelatihan dalam pembuatan label kemasan produk dilakukan bersama salah seorang pemuda (Kak Syahrul).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat Lembantongoa khususnya dusun V SP (Satuan Pemukiman) II berlangsung selama sehari yang diselingi dengan kegiatan mendampingi masyarakat dalam memetik, menjemur kopi dan juga berdiskusi langsung oleh salah seorang warga bernama Bapak Ikin dengan menjelaskan manfaat biji kopi buangan yang dapat diolah menjadi beberapa produk unggulan salah satunya yaitu produk sabun kopi rumahan buatan tangan yang lebih ramah lingkungan dan dapat memberikan nilai tambah terhadap kopi dibandingkan dengan menjual secara langsung dipasaran.



Gambar 1. Pemberian Wawasan melalui pendampingan dalam proses penjemuran kopi



Gambar 2. Pemberian wawasan melalui pendampingan dalam proses pemetikan kopi



Gambar 3. Pemberian wawasan melalui perdiskusian bersama Bapak Ikin

Hasil diskusi (pemberian wawasan) bersama beberapa masyarakat Lembantongoa mengenai pemanfaatan biji kopi ini mendapat respon baik oleh masyarakat. Dimana masyarakat mendukung program pemanfaatan biji kopi menjadi bubuk kopi yang kemudian dikelola menjadi bahan utama dalam proses *saponifikasi*. Kemudian pembuatan sabun dilakukan oleh penulis dan ketika peminat sabun mulai banyak, maka proses pelatihan kepada masyarakatpun akan dilaksanakan.

Produk sabun kopi merupakan produk yang memiliki segudang manfaat dengan proses pembuatannya yang *simple*. Ide pembuatan sabun ini bermula dari kepedulian mahasiswa terhadap desa pemberdayaan (Desa Lembantongoa) dimana desa ini sangat kurang sentuhan pendidikan dari luar dikarenakan jarak tempuh ke desa yang memiliki rute perjalanan ekstrim dan menantang. Disisi lain, segi pemanfaatan biji kopi dibawah size 5 (buangan) yang tidak digunakan dalam proses produksi Mokaya membuat mahasiswa peduli akan kondisi desa dan berupaya untuk memanfaatkan biji kopi dibawah size 5 (buangan) menjadi bahan utama dalam proses pembuatan sabun.

Sabun yang terbuat dari bahan utama kopi ini memiliki campuran berupa minyak nabati, minyak zaitun dan NaOH (Alkali). Pada proses pembuatan sabun tahapan pencampuran dan *framing* merupakan tahapan yang penting, dimana pada saat proses pencampuran minyak dan lemak akan membentuk sabun murni, dan pada tahapan *framing* terjadi proses cairan sabun murni menjadi bentuk padatan (Rabani, 2019). Setelah terjadi proses *saponifikasi*, kemudian sabun memasuki tahap *framing* yang memerlukan waktu 3-7 hari agar sabun padat dan aman dilepas dari cetakan, selanjutnya memasuki masa curing hingga sabun aman digunakan pada kulit/tubuh.

Adapun manfaat dari sabun kopi menurut Yeni dan Nining yakni dapat menghaluskan kulit, menetralkan kulit yang mengalami iritasi, memberi nutrisi, mengangkat sel kulit mati serta memperbaiki jaringan kulit yang rusak (Dewi Isma Aryani, 2020). Untuk manfaat dari sabun Letofie sendiri diantaranya yaitu: 1) Mengangkat sel – sel kulit mati, 2) Melindungi kulit dari UVA dan UVB, 3) Mengatasi

iritasi dan peradangan pada kulit, 4) Mengurangi selulit dan stretch mark, 5) Menghilangkan flek – flek hitam, noda, bekas jerawat dan lain sebagainya.

Melihat begitu banyaknya manfaat sabun kopi, penulis merasa bahwa sabun ini layak untuk dipasarkan lebih meluas, dengan memperhatikan ke-higienisan produk maka kemasan menjadi salah satu hal wajib yang harus di perhatikan dan dikembangkan. Salah satu faktor penting pada sebuah produk adalah kemasan (Munawar, 2021).

Kemasan seringkali disebut sebagai “*the silent sales-man/girl*” karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Para pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai pesona produk (*the product charm*), sebab kemasan memang berada ditingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*). Kemasan yang dimaksud disini yaitu kemasan yang dapat melindungi produk atau sabun kopi dari kotoran debu, kerusakan fisik hingga pengaruhnya terhadap penciptaan nilai jual sabun yang lebih baik.

Menurut Arifin, Kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari label yang biasanya dalam kemasan produk. Kemasan seharusnya merupakan kesan singkat dari citra produk yang ingin disampaikan oleh pabrik, dan kemasan haruslah terpadu dengan fungsi produk (Darmawan, 2021). Menurut Didiharyono Sebuah kemasan yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan suatu produk, karena kemasan (*packaging*) pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang Perkembangan (*packaging*) akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi dalam meningkatkan nilai jual produk (Muhlish, 2022).

Beberapa hal yang berkaitan dengan sebuah kemasan produk (Mulyana, 2020), diantaranya:

#### 1. Fungsi

Fungsi utama dari adanya kemasan produk adalah, untuk melindungi produk pada saat proses pendistribusian barang dari pabrik ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko-toko retail agar tidak mengalami goresan atau cacat yang dapat membuat rusak suatu produk.

#### 2. Daya Tarik

Salah satu yang membuat produk tersebut agar bisa menjadi daya tarik bagi pelanggan dan laku dipasaran, biasanya pelaku usaha melakukan riset terlebih dahulu tentang desain, warna maupun jenis kemasan .

3. Promosi

Setelah sebuah kemasan mencantumkan informasi yang penting antara lain mengenai manfaat, kegunaan ,tagline maupun cara pembuatan maka kemasan tersebut harus dipromosikan agar dapat diterima oleh masyarakat.

4. Mendukung keputusan Berbelanja

Informasi mengenai produk dapat disampaikan di dalam label untuk dapat mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian, tetapi informasi tersebut jangan terlalu berlebihan sehingga dapat memusingkan konsumen.

5. Diferensiasi

Kemasan juga bisa dijadikan sebagai identitas bagi sebuah produk, dapat dicontohkan ada 2 produk yang secara fungsi sama, tetapi memiliki bentuk kemasan berbeda, secara visual konsumen cenderung akan memilih produk yang menarik perhatiannya.

Kemasan pada sabun kopi ini dirancang sedemikian rupa dengan mempertimbangkan ukuran dari bentuk sabun dan kesesuaian antara sabun dengan kemasan. Kemasan yang digunakan berupa plastik dove transparan yang dapat melindungi sabun dari kotoran berupa debu dengan hiasan stiker “*Hand Made*” menandakan bahwa sabun kopi ini merupakan sabun alami buatan tangan yang tidak dicampur dengan bahan – bahan kimia yang dapat merusak kulit, sehingga aman jika dikonsumsi jangka panjang oleh kulit, tidak membuat iritasi dan tentunya ramah lingkungan.

Kemasan plastik pada sabun kopi Letofie masih membutuhkan pengembangan lebih lanjut guna perlindungan produk terhadap kerusakan fisik, oleh karena itu kemasan sabun kopi ini dibuat lebih menarik menggunakan kemasan dus box dengan menyesuaikan ukuran sabun setelah dikemas dengan plastik. Ukuran dus yang digunakan yakni 6 x 5 cm dari ukuran sabun 5 x 4 cm sehingga sabun lebih aman ketika proses pendistribusian.

Desain adalah kegiatan kreatif untuk merencanakan dan merancang sesuatu yang umumnya fungsional dan tidak ada sebelumnya dalam rangka menyelesaikan suatu masalah tertentu agar memiliki nilai lebih dan menjadi lebih bermanfaat bagi penggunaanya (Pratomo, 2021). Desain kemasan label sabun Letofie dimasing – masing icon memiliki arti dan makna berdasarkan proses yang terjadi.

Proses pelatihan pengemasan produk sabun kopi bersama Kak Syahrul selaku pemuda penggerak desa Lemabntongoa berjalan lancar dengan beberapa tahap, Berikut tahap – tahap dalam pengembangan kemasan yang telah dilakukan diantaranya:

1. Tahap Persiapan

- a) Mempersiapkan dan membeli bahan berupa dus box packaging soap (*ivory white*)

- b) Mengumpulkan bahan untuk merancang desain kemasan seperti gambar kopi (asli dari Lembantongoa), nama produk, manfaat produk, cara pakai dan model desain
2. Tahap Pelaksanaan Pembuatan
  - a) Membuka dan membuat desain di aplikasi Canva
  - b) Memilih ukuran sebelum proses desain (6 x 5 cm, berdasarkan ukuran *box packaging soap*)
  - c) Membuat desain label sesuai rancangan (memasukkan item – item yang telah disiapkan)
  - d) Menyimpan hasil desain kemudian mencetak desain label sesuai ukuran kemasan box
3. Tahap Pemasangan – Pemasaran Produk
  - a) Memasang kedua label (nama produk dan manfaat produk) yang telah dicetak ke dus *box packaging soap*
  - b) Menjual produk baik secara online (marketplace Facebook) dan offline (Kios/Toko, tempat ramai)

Tahap – tahap yang telah dilewati dalam proses mendesain menghasilkan desain kemasan sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 4. Kemasan Label Bagian Depan

Gambar yang menjadi *background* dari label kemasan ini berupa gambar yang diambil langsung oleh penulis pada saat mengikuti proses pemetikan kopi di Desa Lembantongoa, gambar ini bermakna bahwa sabun kopi Letofie menggunakan kopi asli Sulawesi Tengah tanpa ada campuran kopi pabrik.

Adanya kata Letofie ini termotivasi dari desa Lembantongoa, sehingga pada bagian sampul dasar label sabun menggunakan gambar asli yang diambil langsung di desa yakni gambar pohon kopi Robusta, kemudian kata Letofie itu sendiri terbentuk

dari kata “Leto” Lembantongoa “Fie” Fisika Ekonomi, dengan dasar pembuatan sabun ini bekerjasama oleh pihak mahasiswa MBKM Magang dari fakultas FKIP, prodi Pendidikan Fisika dan juga penulis selaku mahasiswa MBKM Magang Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen.

Gambar bulat pada label kemasan bermakna bahwa biji kopi yang digunakan yaitu biji kopi yang telah disangrai dengan level medium to dark sehingga ketika kopi dijadikan bubuk memiliki warna yang hitam fresh. Hal ini akan mempengaruhi warna dari hasil sabun kopi ketika masa curing 4 – 6 minggu.

Penambahan kata “*Coffe Soap*” merupakan kata bahasa Inggris yang memiliki arti Sabun Kopi, menandakan bahwa produk ini merupakan produk sabun kopi. Kata “*Facial and Body Bar*” memberikan keterangan kepada konsumen bahwa sabun kopi ini dapat digunakan untuk wajah dan juga tubuh karena manfaat dari sabun yang sangat baik untuk kulit. Kata “Kopi Robusta asli Lembantongoa” memberikan keterangan kepada konsumen bahwa sabun kopi ini terbuat dari bahan utama kopi jenis Robusta yang berasal dari desa Lembantongoa, yakni salah satu desa pemberdayaan yang sekaligus memperkenalkan desa Lembantongoa kepada kalangan masyarakat melalui olahan kopinya.



Gambar 5. Kemasan Label Belakang

Pada bagian label belakang sabun kopi ini, *background* yang digunakan merupakan gambar dari bentuk sabun yang ada didalam kemasan yakni bentuk kopi. Kemudian tulisan yang ada memberikan keterangan lebih detail mengenai sabun mulai dari cara pakai (penggunaan) sabun, manfaat sabun, hingga berat dari sabun (gram).

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengembangan kemasan yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa sabun Letofie merupakan sabun buatan tangan yang dikelola

guna memberdayakan masyarakat desa Lembantongoa melalui biji kopi buangan sehingga lebih ramah lingkungan. Dari segi kemasan, sabun Letofie mulanya hanya menggunakan kemasan plastik dove transparan, setelah adanya pengembangan kemasan produk sabun Letofie kini menjadi kemasan yang lebih terlindungi dari kerusakan fisik yakni dengan menggunakan dus box yang didesain sedemikian rupa untuk menambah nilai jual dari produk. Selain itu, kemasan juga berfungsi untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk serta dapat membuat *brand image* lebih dikenal di kalangan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Isma Aryani, N. N. (2020, Desember). Pelatihan Pembuatan Kemasan Sabun Bunga Matahari di Desa Bojonghaleuang Sebagai Program Community Empowerment. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 2 (25), 76-85.
- Didit Darmawan, S. A. (2021, Agustus). Studi Empiris Tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan Terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mndi Batang (Studi Kasus Terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2 (3), 99-116.
- Dwi Indah Rachmadani, R. D. (2022). Perancangan Desain Kemasan untuk Produk Dimsum pada UKM Warung Jajanan. *Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf*, 2 (1), 20-29.
- Muhlish M, L. A. (2022, Februari). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk - Produk Rumahan Bagi Masyarakat di Desa Toniku. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (5), 91-98.
- Mulyana, S. d. (2020, Desember). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2 (1), 87-94.
- Munawar, M. d. (2021, Januari). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2 (1), 115-120.
- Panir Selwen, W. K. (2021). Pelatihan Pembuatan Sabun Kecantikan Berbahan Baku Minyak Zaitun Sebagai Peluang Usaha di Masa Pandemi pada Organisasi Wanita Buddhis Tamil Kota Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bodhi Dharma*, 11-20.
- Pratomo, A. B. (2021, Juni). Perancangan Desain Kemasan untuk Pelaku Industri Kecil Menengah di UPT Mamin dan Kemasan Disperindag Provinsi Jatim. Surabaya, Jawa Timur.
- Rabani, L. (2019). Karakteristik Mutu Sabun Kopi dengan Variasi Waktu Pencampuran dan Waktu Framming. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 5 (2), 111-125.
- Yayan Mulyana, A. R. (2021, April). PKM Pelaku Usaha Pengolahan Kopi Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Warta LPM*, 2 (24), 354-366.