



LAPORAN AKHIR PKM-K
PENGEMASAN KEMBALI DAN PERLUASAN PEMASARAN
CORICE (BERAS JAGUNG YANG MUDAH DIMASAK)

Diusulkan oleh:

KETUA	: Brian Naranathan	F24090134	2009
ANGGOTA	: Berlian Purnama Sari	F24090118	2009
	Muhamad Jaenal Septian	F24100067	2010
	Retno Wulandari	F24100131	2010

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2013

LEMBAR PENGESAHAN
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Pengemasan Kembali Dan Perluasan Pemasaran CORICE : Beras Jagung Yang Mudah Dimasak
2. Bidang Kegiatan : () PKM-P (v) PKM-K () PKM-KC
() PKM-T () PKM-M
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Brian Naranathan
 - b. NIM : F24090134
 - c. Jurusan : Ilmu dan Teknologi Pangan
 - d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah/ No. HP : Kosan Purnama, Kavling Belakang
BULOG, Dramaga, Bogor/ 0818 0282 5115
 - f. Alamat Email : cleash@hotmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Ir. Subarna, M.Si
 - b. NIDN : 0029066005
 - c. Alamat Rumah dan No. HP : Cinangneng I no 31 RT 05 RW 02
Cihideung Udik, Ciampea Bogor /
081381597699
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Dikti : Rp 11.975.000,-
 - b. Sumber Lain : --
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Mengetahui,
Ketua Departemen
Ilmu dan Teknologi Pangan

(Dr. Ir. Feri Kusnandar, M.Sc.)
NIP. 19680526 199303 1 004

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.)
NIP. 19581228 198503 1 003

Bogor, 13 Agustus 2013
Ketua Pelaksana Kegiatan

(Brian Naranathan)
NRP. F24090134

Dosen Pendamping

(Ir. Subarna, M.Si)
NIDN. 0029066005

ABSTRAK

Jagung memiliki nilai gizi yang cukup beragam. Sereal ini mengandung banyak karbohidrat sehingga baik untuk sumber energy. Jagung memiliki nilai IG 55. Oleh karena itu, komoditi ini dapat menjadi salah satu pangan alternatif untuk dikonsumsi oleh diabetesi. Salah satu inovasi yang dapat diterapkan pada jagung adalah pembuatan beras analog dari jagung. Beras ini dapat diolah menggunakan *rice cooker*, sehingga memudahkan konsumen dalam memasaknya. Pengemasan dan pemasaran kembali oleh tim dilakukn untuk meningkatkan daya tarik produk ini di pasaran. Upaya yang telah dilakukan tim meliputi pembuatan website, pembuatan kemasan baru, dan promosi menggunakan flyer. Namun, strategi pemasaran yg dilakukn tim dirasa kurang optimal sehingga tingkat penjualan produk masih rendah. Rencana selanjutnya tim akan melakukan perbaikan pemasaran dan produksi beras jagung secara mandiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan atas nikmat yang Allah berikan kepada kami pada tahun ini. Kesempatan untuk merealisasikan ide kami merupakan nikmat yang sangat kami syukuri. Kesempatan yang diberikan dapat kami raih dengan perjuangan yang melelahkan, namun menyenangkan.

Kami mengucapkan terima kasih banyak kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi yang telah memberi kesempatan dan kepercayaan untuk mewujudkan ide kami di bidang kewirausahaan. Tak lupa, kami juga mengucapkan rasa terima kasih kepada Direktorat Kemahasiswaan Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan bimbingan dan bantuan dana kepada kami. Dukungan Anda semua sangat berarti bagi kami untuk mengembangkan ide-ide kreatif selama kami menimba ilmu di perguruan tinggi.

Tim CORICE

A. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Produksi jagung di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari data produksi jagung di Indonesia yang dikeluarkan FAOSTAT. Pada tahun 2008, produksi jagung berjumlah 16.323.900 ton. Jumlah ini meningkat setiap tahunnya, yaitu 17.629.700 ton pada tahun 2009 dan 18.327.600 ton pada tahun 2010. Data tersebut menunjukkan bahwa jagung mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan lebih jauh lagi menjadi panganan berbahan baku lokal di Indonesia.

Jagung memiliki nilai gizi yang cukup beragam. Sereal ini mengandung banyak karbohidrat sehingga baik untuk sumber energi. Kandungan vitamin dan mineral, seperti vitamin A, dapat membantu konsumen memenuhi. Tepung jagung yang sudah dibuang lapisan aleuron atau lembaganya mengandung energi 375 kkal, protein 5.59 gram, total lemak 1.39 gram, karbohidrat *by difference* 82.75 gram. Selain mengandung nilai gizi yang bermanfaat, jagung juga mempunyai nilai indeks glikemik yang rendah.

Indeks glikemik pangan ialah tingkatan makanan yang berpengaruh terhadap kadar gula darah dengan kisaran 0-100. Indeks tersebut dapat menjadi ukuran seberapa banyak kenaikan kadar gula darah seseorang dalam dua atau tiga jam sesudah makan. Makanan dengan kandungan karbohidrat tinggi akan mengalami proses pencernaan yang cepat dan memiliki IG yang tinggi, seperti kentang panggang, ketan, atau nasi yang memiliki kandungan amilopektin tinggi (nasi pulen). Namun, karbohidrat yang sulit dipecah dalam proses pencernaan memiliki IG rendah, contohnya buah tomat.

Makanan yang lambat dicerna memiliki IG yang rendah. Makanan tersebut mempunyai efek memperlambat datangnya rasa lapar dan dapat menurunkan berat badan pada orang yang mengalami obesitas. Diabetesi disarankan memilih jenis karbohidrat yang tepat untuk mengendalikan kadar gula darahnya. Dengan mengetahui IG pangan, maka diabetesi dapat memilih makanan yang tidak menaikkan kadar gula darah secara drastis sehingga tingkat kadar gula darah dapat dikontrol dalam batas aman. Makanan yang tinggi kandungan amilopektin dan rendah amilosa pada zat tepungnya memiliki IG yang tinggi, karena molekul amilopektin lebih besar, mudah terbuka, mudah tergelatinisasi, dan mudah dicerna. Makanan dengan rasio

perbandingan amilosa lebih tinggi dari amilopektin memiliki IG lebih rendah karena lebih sulit tergelatinisasi dan dicerna. Makanan dikatakan memiliki IG yang tinggi bila makanan tersebut memiliki nilai IG di atas 70.

Jagung memiliki nilai IG 55. Oleh karena itu, komoditi ini dapat menjadi salah satu pangan alternatif untuk dikonsumsi oleh diabetesi. Salah satu inovasi yang dapat diterapkan pada jagung adalah pembuatan beras analog dari jagung. Beras ini dapat diolah menggunakan *rice cooker*, sehingga memudahkan konsumen dalam memasaknya. Beras jagung ini sudah diproduksi oleh SUA. Namun, strategi pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tersebut belum maksimal. SUA hanya memasarkan beras jagung di serambi botani. Dari penjualan tersebut, SUA belum bisa memastikan siapa pangsa pasar mereka. Mereka hanya menduga bahwa pangsa pasar mereka merupakan konsumen dari kelas menengah ke atas yang peduli kesehatan. Oleh sebab itu, kami mencoba untuk memasarkan produk ini dengan strategi pemasaran yang baru.

PERUMUSAN MASALAH

Beras jagung merupakan produk baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya wilayah Jabodetabek. Pengenalan produk ini agar dapat diterima oleh masyarakat, pasti akan mengalami beberapa kendala. Masalah-masalah yang mungkin dihadapi antara lain :

1. Susahnya masyarakat umum menjangkau produk ini karena hanya tersedia di satu gerai saja.
2. Lokasi penjualan yang salah sehingga masyarakat tidak mengetahui informasi tentang keberadaan beras jagung.

TUJUAN

Tujuan dari pembuatan dan penjualan produk ini adalah :

1. Mengidentifikasi lokasi pemasaran beras jagung.
2. Mendesain kemasan produk agar terkesan eksklusif.
3. Melakukan pengemasan kembali beras jagung.
4. Memasarkan produk ke lokasi-lokasi yang sesuai dengan sasaran penjualan.

LUARAN YANG DIHARAPKAN

Kegiatan PKM – K ini akan menghasilkan:

1. Bisnis baru di bidang pangan fungsional. Bisnis ini masih memiliki potensi pasar yang besar karena semakin meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memiliki pola hidup sehat.
2. Produk pangan fungsional berupa nasi jagung yang praktis dalam penyajiannya sehingga dapat dengan mudah diterima oleh konsumen saat ini.
3. Produk ini akan mendorong pola hidup sehat. Adanya teknologi pangan yang diterapkan pada produk ini, yaitu penggilingan dan pengayakan jagung pipil dengan mesh tertentu. Teknologi ini membuat jagung pipilan tersebut berubah menjadi beras jagung yang dapat dimasak dengan *rice cooker* (tidak harus menggunakan dandang).
4. Sistem produksi yang berkelanjutan membuat produk ini terjamin ketersediaannya bagi para calon pelanggan.

KEGUNAAN PROGRAM

Program ini dapat digunakan sebagai sarana mengasah kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengasah ketrampilannya di bidang komunikasi dan sosial. Kerja sama dalam sebuah tim juga akan dipacu selama program ini dijalankan sehingga mahasiswa harus mampu beradaptasi terhadap tuntutan keprofesionalan. Tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa yang menjalankan, tetapi program ini juga bermanfaat bagi sumber daya alam dan masyarakat Indonesia.

Program ini juga akan mendorong terciptanya usaha yang berkelanjutan dan memiliki prospek ke depan. Bila usaha ini berjalan, kami percaya bahwa usaha ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk dapat menjangkau pangan fungsional yang berkelas lebih mudah dari sebelumnya.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Beras jagung tidak diproduksi oleh mahasiswa. Produk ini akan diproduksi oleh SUA IPB. Kami akan membantu pemasaran dan penjualan produk ke masyarakat umum. Pemasaran yang akan kami lakukan berawal dari pembuatan desain kemasan produk yang lebih *eye-*

catching, flyers, serta x-banner. Produk akan kami titipkan pada tempat-tempat yang strategis untuk menjual pangan fungsional, seperti rumah sakit, apotik, dan galeri pangan sehat di mall. Kami juga akan mengikuti bazar pada acara-acara bertemakan kesehatan.

III. METODE PELAKSANAAN

a. Lokasi Produksi

Beras jagung akan diproduksi oleh SUA IPB, Dramaga, Bogor. Beras jagung tersebut akan kami kemas kembali di laboratorium SEAFast IPB, Dramaga, Bogor.

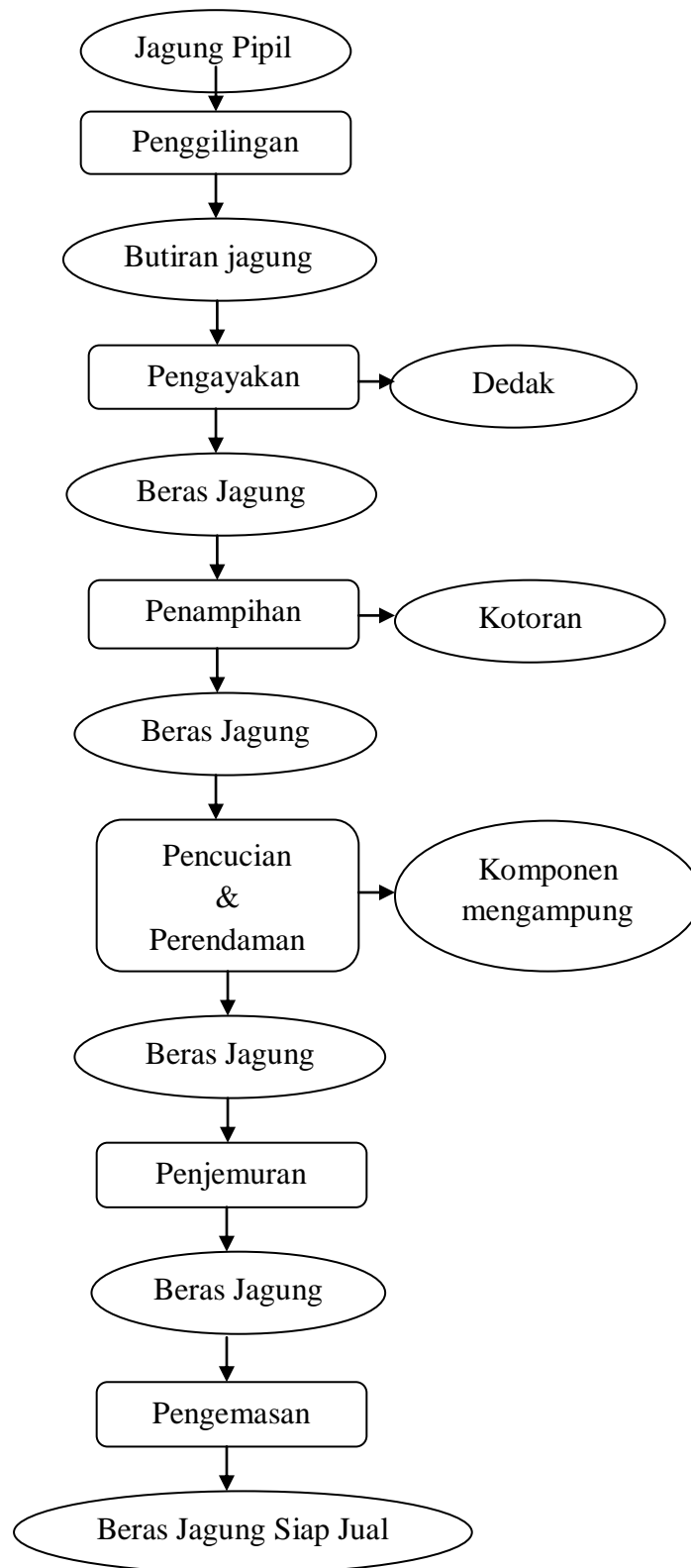
b. Perencanaan Produksi

1. Bahan-bahan : Beras jagung siap jual dan kemasan.
2. Alat dan Mesin Produksi : Baskom, sealer, label, box, keranjang.

c. Kapasitas Produksi

Dalam waktu 3 bulan, kami akan memproduksi CORICE sebanyak 415 kemasan dengan berat perkemasan satu kilogram.

d. Cara Pembuatan



Jagung pipilan digiling dengan mesin giling, hingga dihasilkan butiran sebesar beras nasi. Setelah digiling, lakukan pengayakan 1,4 mm, dan yang lolos dari ayakan adalah dedak, sedangkan yang tertinggal diayakan adalah bagian beras jagung. Bagian yang tidak lolos ayakan ini kemudian ditampi menggunakan tampah untuk membersihkan kotorannya. Beras jagung ini kemudian dicuci dan direndam sekitar 2 jam dalam air. Buanglah komponen yang mengapung dan tiriskan dengan saringan. Jemur beras jagung ini dibawah sinar matahari sampai permukaannya kering.

e. Perencanaan Pemasaran

Strategi yang akan kami terapkan dalam pemasaran produk ini adalah dengan menganalisis target dan posisi produk di masyarakat sebagai berikut:

1. Target : target pasar produk ini adalah para penderita diabetes dan masyarakat yang peduli kesehatan dari golongan menengah ke atas.
2. Positioning : beras jagung sebagai pangan fungsional eksklusif yang dikonsumsi sehari-hari.

f. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran mencakup pembuatan pangan fungsional, strategi pemasaran, permainan harga, serta lokasi yang cocok bagi target produk ini.

1. **Produk (*Product*)**, produk ini merupakan pangan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan. Produk yang terbuat dari jagung pipilan ini, kami beri nama ***CORICE***. Beras ini dapat dimasak menggunakan *rice cooker* sehingga konsumen tidak perlu repot dalam penyajiannya. Beras jagung dikemas dalam kemasan satu kilogram untuk menjaga kualitasnya.
2. **Tempat (*Place*)**, produk ini akan dijual di lokasi-lokasi strategis. Karena target konsumen kami adalah masyarakat yang peduli kesehatan dari golongan menengah ke atas, maka kami akan menitipkan produk ini di rumah sakit, apotik, gerai produk kesehatan di Mall, yang berlokasi di Bogor.
3. **Harga (*Price*)**, produk ini memiliki harga jual sebesar Rp. 18.000/ 1 kilogram.

4. Promosi (*Promotion*), dilakukan dengan membuat x-banner dan flyer yang akan dipajang pada lokasi penjualan produk. Selain itu, kami juga akan mengisi stand bazar pada acara bertemakan kesehatan. Media promosi menggunakan jejaring sosial juga akan dilakukan. Tidak hanya itu, kami juga akan membuat website secara khusus untuk produk ini.

Blue Ocean Strategy

Eliminate	Raise
<ul style="list-style-type: none"> Sentralisasi pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> Kualitas dan <i>brand image</i> Jangkauan pemasaran Promosi
Reduce	Create
<ul style="list-style-type: none"> Ukuran Produk yang besar 	<ul style="list-style-type: none"> Kepraktisan dalam penyajian Desain kemasan yang eksklusif dan menarik Promosi dan penjualan produk secara online di web resmi

Analisis SWOT

IFAS	Strength (s)	Weakness (s)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> Produk merupakan pangan fungsional. Mudah dalam penyajian. Konsumen dapat menemukan produk kami dengan mudah di toko kesehatan. 	Produk berbau tengik bila terpapar udara luar dalam jangka waktu lama.

Opportunity 1. Produk ini dapat diklaim sebagai pangan fungsional sehingga kami dapat memberi harga jual cukup tinggi. 2. Pesaing produk ini jarang ditemui. 3. Kesadaran konsumen akan pangan fungsional terus meningkat.	SO 1. Promosi produk ini akan lebih menonjolkan sisi kesehatan dan kepraktisan penyajiannya. 2. Menggencarkan pemasaran dan kerjasama dengan toko kesehatan, rumah sakit, klinik, dan gerai makanan sehat.	WO Produk dikemas dalam bobot yang tidak besar (1 kilogram/kemasan). Selain itu, kemasan yang dipakai tidak tembus cahaya.
Threat Produk ini belum dikenal dengan baik oleh masyarakat.	ST 1. Media promosi memuat keunggulan-keunggulan dari produk ini. 2. Produk ditempatkan pada lokasi yang tepat, serta dipajang pada sudut lokasi yang dapat dilihat oleh setiap pengunjung yang datang.	WT 1. Pemantauan secara berkala terhadap kemasan produk. 2. Pencantuman informasi terkait penyimpanan produk yang telah dibuka.

Rencana Pengembangan Usaha

Bila produk diterima dengan baik oleh masyarakat, pengembangan usaha di bidang ini sangat mungkin dilakukan. Hal pertama yang akan kami lakukan adalah menambah rekan bisnis untuk menjual CORICE, sehingga tidak terbatas di daerah Bogor saja. Selain itu, kami akan merangkul produsen pangan fungsional lain yang memproduksi produk untuk penderita diabetes. Dalam hal ini, kami akan mengajak mereka untuk menjadi rekanan bisnis kami. Kami mengharapkan kerja sama ini dapat menguatkan posisi CORICE di pasar pangan fungsional.

Pengembangan produk juga akan kami lakukan dari segi variasi produk dan efisiensi produksi. Variasi produk dilakukan supaya masyarakat tidak jenuh terhadap produk. Efisiensi produk dapat dilakukan terhadap jenis dan asal bahan baku kami gunakan, seperti jenis jagung, jenis kemasan, dan pemasok.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dimulai dari bulan Maret hingga Juni, bertempat di kota Bogor dan Jakarta.

Jadwal Faktual Pelaksanaan

Maret 2013						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

	Bertemu Tim SUA untuk Memastikan waktu Produksi
	Bertemu dengan Penjual Mesin Vaccum Sealer
	Bertemu Dengan Percetakan Kemasan
	Pencarian Lokasi - Lokasi Strategis untuk penjualan Produk

April 2013						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				


	Fiksasi Kemasan Produk
	Pelaksanaan Produksi
	Pemesanan Kemasan ke Percetakan

 Bertemu dengan Percetakan Flyer dan X-Banner

Mei 2013						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

 Penjualan
 Promosi

Juni 2013						
Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

 Pembuatan Laporan Akhir

Instrumen Pelaksanaan

Instrumen yang tim gunakan meliputi:

Instrumen	Jumlah (unit)
Baskom	2
Timbangan	1
Vacuum Sealer	1
Sendok Nasi	1
Kemasan	1000
Website	1
Flyer	500
Plastik	1000

Rekapitulasi Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel---. Rancangan Biaya CORICE

No	Komponen Biaya	Jumlah	Harga Satuan	Harga Total
A		Biaya Investasi		
1	Sealer	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000
2	Box	10	Rp50,000	Rp500,000
3	Baskom	5	Rp25,000	Rp125,000
4	Desain kemasan	1	Rp500,000	Rp500,000
6	X-banner	10	Rp150,000	Rp1,500,000
7	Website	1	Rp1,000,000	Rp1,000,000
8	Bazaar	1	Rp500,000	Rp500,000
9	Flyer	200	Rp5,000	Rp1,000,000
Total Biaya Investasi dan Promosi				Rp6,625,000
B		Biaya Produksi (Untuk 415 kemasan)		
1	Beras Jagung	415	Rp10,000	Rp4,150,000
3	Kemasan	415	Rp2,000	Rp830,000
4	Distribusi dan Pemantauan berkala	24	Rp5,000	Rp120,000
Total Biaya Produksi				Rp5,100,000
C		Biaya Operasional		
1	Kesekretariatan		Rp100,000	Rp100,000
2	Energi dan Tenaga Kerja		Rp150,000	Rp150,000
Total Biaya Operasional				Rp100,000
Total Biaya Keseluruhan				Rp11,975,000

Tabel ---. Penerimaan Dana dari Rektorat

Penerimaan / Income	Biaya	
Pinjaman Rektorat I	Rp	3,000,000.00
Pinjaman Rektorat II	Rp	2,000,000.00
TOTAL	Rp	5,000,000.00

Tabel ----. Penggunaan Dana

CORICE

Penggunaan / Outcome	Jumlah	Biaya	
Domain dan Hosting Website	1 buah	Rp	150,000.00
Upah pembuatan website	1 buah	Rp	500,000.00
Upah design kemasan	1 buah	Rp	500,000.00
Vacuum Sealer	1 buah	Rp	575,000.00
Timbangan	1 buah	Rp	100,000.00
Poster	1 buah	Rp	8,000.00
Label kemasan sampel	2 buah	Rp	14,500.00
Kemasan CORICE	1000 buah	Rp	1,800,000.00
Sampel kemasan CORICE	2 buah	Rp	20,000.00
Beras jagung	33 kg	Rp	330,000.00
Transportasi		Rp	120,000.00
Baskom	2 buah	Rp	50,000.00
Sendok nasi	1 buah	Rp	5,000.00

Plastik	1000 lembar	Rp	600,000.00
Flyer	500 lembar	Rp	250,000.00
TOTAL PENGGUNAAN		Rp	5,022,500.00

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Beras jagung yang diproduksi sebanyak 33 bungkus (33kg) dan terjual sebanyak 32 bungkus. Keuntungan dari penjualan yang diperoleh dapat menutup defisit dari dana pengeluaran sebesar Rp 22.500.

Tanggal Penjualan	Omset	
Penjualan 4 Mei	Rp	34,000
Penjualan 5 Mei	Rp	34,000
Penjualan 11 Mei	Rp	102,000
Penjualan 12 Mei	Rp	85,000
Penjualan 18 Mei	Rp	68,000
2013		
Penjualan 19 Mei	Rp	17,000
2013		
Penjualan 25 Mei	Rp	85,000
2013		
Penjualan 26 Mei	Rp	68,000
2013		
Penjualan 1 Juni	Rp	34,000
2013		
Penjualan 2 Juni	Rp	17,000
2013		
Total	Rp	544,000
HPP 32 bungkus	Rp	424,032
Keuntungan	Rp	119,968

Supaya konsumen lebih tertarik untuk membeli produk, tim akan mengganti bahan kemasan CORICE dengan salah satu bagian terbuat dari plastik transparan. Namun, tim belum memesan kemasan yang baru dan masih memakai kemasan aluminium foil yang lama. Hal ini disebabkan oleh masih tersisa kemasan aluminium foil yang banyak (1000 lembar). Dana yang masih akan didapatkan dari DIKTI, akan digunakan untuk membeli alat pembuat jagung sosoh. Dengan

adanya alat ini, tim tidak bergantung pada SUA dalam penyediaan beras jagung. Ongkos produksi bisa berkurang dan keuntungan bisa meningkat. Penyediaan beras jagung secara mandiri oleh tim akan memudahkan pengontrolan jumlah produksi setiap hari sesuai dengan permintaan pasar. Hal ini akan membantu untuk menjalin kerja sama dengan pihak penjual langsung.

Strategi pemasaran tim CORICE dirasa masih kurang. Untuk itu, tim akan melakukan inovasi dalam hal ini. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh tim, di antaranya membuat perangko CORICE untuk pembeli. Sebanyak 20 perangko dapat ditukar dengan 1 bungkus CORICE.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Keuntungan dari penjualan yang diperoleh dapat menutup defisit dari dana pengeluaran. Kemasan CORICE akan diubah lagi agar lebih bisa menarik minat beli konsumen yang melihatnya. Strategi pemasaran akan dirombak ulang. Dana yang masih tersisa akan digunakan untuk membeli alat pembuat jagung sosoh.

VII. LAMPIRAN

Dokumentasi Kegiatan

a. Perubahan kemasan beras jagung

SEBELUM



SETELAH



b. Beras jagung

SEBELUM DIMASAK



SESUDAH DIMASAK



c. Flyer CORICE

