



LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
“SAKEJANATA”
SARI KELOR JADI NATA

Nata de coco kaya akan vitamin, mineral dan nutrisi tinggi ampuh dalam pemenuhan gizi dari varian ekstrak daun kelor dengan air kelapa.

BIDANG KEGIATAN:
PKM-KEWIRASAHAAN

Disusun oleh:

HERLIYANTO WAHYU UTOMO	J3N112206 2012
MOCHAMAD ZAKARIA	J3E113084 2013
KIKY AGUSTINA KUMALASARI	J3E113088 2013

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR

2014

PENGESAHAN PKM-K

1. Judul Kegiatan	: "SAKEJANATA" SARI KELOR JADI NATA (NATA DE COCO KAYA AKAN VITAMIN,MINERAL DAN NUTRISI TINGGI DALAM PEMENUHAN GIZI DARI VARIAN EKSTRAK DAUN KELOR DENGAN AIR KELAPA)
2. Bidang Kegiatan	: PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan	
a. Nama Lengkap	: Herliyanto Wahyu Utomo
b. NIM	: J3N112206
c. Jurusan	: Akuntansi
d. Universitas	: Institut Pertanian Bogor
e. Alamat rumah dan No.Hp	: Perum Babakan Sari, Jl.Babakan Sari 5 no.13 Bogor/085771994641
f. Alamat email	: h.wahyu.u@gmail.com
4. Anggota pelaksana kegiatan	: 3 orang
5. Dosen pendamping	
a. Nama lengkap dan gelar	: Dr.drh.Aryani Sismin S.,MSc AIF
b. NIDN	: 0014096004
c. Alamat rumah dan No.Hp	: JL. Singkong 3 Komplek IPB Baranang Siang 1 Bogor / 085694219624
6. Biaya Kegiatan Total	: Rp7.472.500
a. DIKTI	: Rp7.472.500
b. Sumber lain	: -
7. Jangka waktu pelaksanaan	: 5 bulan

Bogor, 10-April-2014

Menyetujui
Koordinator Program Keahlian Akuntansi Ketua Pelaksana Kegiatan

Drs. Iman Firmansyah, M.Si.
NIP. 19620301 198803 1 001

Herliyanto Wahyu Utomo
NIM. J3N112206

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan IPB

Dosen Pendamping

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

Dr.drh.Aryani Sismin S.,MSc AIF
NIP. 19 6009 1419 8603 2001

RINGKASAN

Tujuan kami menghasilkan produk dengan menghasilkan profit yang sesuai target kami sehingga dapat mengembalikan modal. Profit yang baik akan menentukan keberlanjutan usah. Di lingkungan masyarakat membutuhkan inovasi pangan yang menarik dan mengandung berbagai nutrisi didalamnya dan juga harga yang sesuai perekonomian masyarakat sehingga kami menciptakan produk "sakejanata" yang bias dikonsumsi oleh semua lapisan masyarakat, dengan penampilan dan kandungan yang berbeda dengan nata de coco yang lain. dan harga yang kami berikan sama dengan harga di pasaran.

Untuk analisa financial kami menggunakan cara sebagai berikut :

Biaya tetap

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan peralatan per bulan} &= \text{Rp}1.795.000 : 4 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp}448.750 \end{aligned}$$

Biaya variabel:

$$\begin{aligned} 1) \text{ Pembuatan sakejanata} &= \text{Rp}600.000 \\ 2) \text{ Cup } 500 \times 400 &= \text{Rp}200.000 \\ \text{Biaya total} &= \text{Rp}1.248.750 \end{aligned}$$

Penjualan dan Keuntungan

Harga jual nata de coco per cup di pasaran adalah Rp5.000. Apabila proses pembuatan *sakejanata* dapat berjalan optimal, maka dari 100 liter bahan baku (air kelapa) dan 50 ikat daun kelor dapat dihasilkan 85-90 Kg Nata tawar (rendemen 80%-90%).

Dengan demikian, besarnya hasil penjualan dan keuntungan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \bullet \text{ Penjualan: } 500 \text{ cup} \times \text{Rp}5.000 &= \text{Rp}2.500.000 \\ \bullet \text{ Keuntungan: } \text{Rp}2.500.000 - \text{Rp}1.248.750 &= \text{Rp}1.251.250 \end{aligned}$$

Daftar isi

<u>PENGESAHAN PKM-K</u>	2
<u>RINGKASAN</u>	3
<u>Daftar isi</u>	4
<u>BAB 1 PENDAHULUAN</u>	2
<u>B.1 Perumusan Masalah</u>	3
<u>B.2 Tujuan Program</u>	3
<u>B.3 Luaran yang Diharapkan</u>	3
<u>B.4 Manfaat Program</u>	3
<u>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</u>	5
<u>BAB 3 METODE PENELITIAN</u>	6
1. <u>Kegiatan Pra Produksi</u>	6
2. <u>Produksi Sakejanata</u>	6
3. <u>Pengemasan</u>	7
4. <u>Pemasaran dan Promosi</u>	7
<u>BAB 4 HASIL YANG DICAPAI</u>	10
<u>BAB 5 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA</u>	11
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	11
<u>LAMPIRAN</u>	1
<u>Rincian Dana yang Terpakai</u>	1
<u>Data Penjualan</u>	2
<u>Dokumentasi Kegiatan</u>	3

BAB 1 PENDAHULUAN

A. JUDUL PROGRAM

SAKEJANATA (SARI KELOR JADI NATA) Nata de coco kaya akan vitamin, mineral dan nutrisi tinggi yang ampuh dalam pemenuhan gizi dari varian ekstrak daun kelor dengan air kelapa

B. Latar Belakang Masalah

Kelor atau *merunggai* adalah sejenis tumbuhan dari suku *moringacea*, kelor mempunyai bahasa latin yaitu *Moringa Oeifera*. Tanaman ini merupakan tanaman yang sangat berkhasiat khususnya bagi tubuh

Daun kelor mengandung beberapa nutrisi antara lain daun kelor mempunyai 7 kali vitamin C pada jeruk, 4 kali kalsium pada susu, 4 kali vitamin A pada wortel, 2 kali protein pada susu, serta 3 kali potassium pada pisang. Daun kelor juga bermanfaat sebagai antimikroba, antiinflamasi, infeksi, virus ebstein barr (EBV), virus hepes simplek (HSV-1), cacingan, bronkitis, anemia, diabetes, sakit kepala, sumber nutrisi, kelenjar prostat, dan tiroid

(sutomo, www.daunkelor.com)

Sedangkan pada air kelapa mempunyai fungsi sebagai penetralisir subtansi racun yang ada pada tubuh dan juga mencegah dehidrasi cairan pada tubuh. dengan adanya kandungan nutrisi yang sangat baik pada kedua bahan tersebut maka kami menggabungkannya menjadi suatu produk yang mempunyai nilai gizi yang baik dan juga mempunyai nilai profit.

Banyak sekali permasalahan di Indonesia khususnya kekurangan gizi. Banyak orang yang tidak menghiraukan kebutuhan gizinya, salah satu alasannya yakni adanya faktor ekonomi. Dengan adanya permasalahan tersebut kami menciptakan produk sakejanata ini. Selain mempunyai nilai gizi dan manfaat yang baik untuk kesehatan, daun kelor dan air kelapa mudah sekali didapatkan sehingga produk ini mempunyai nilai jual yang baik karena harganya yang terjangkau dan dapat di

nikmati semua lapisan masyarakat dapat menikmati produk ini dan masalah kekurangan gizi dapat teratasi.

B.1 Perumusan Masalah

1. Bagaimana cara menghasilkan profit dari produk "sakejanata" ?
2. Bagaimana cara pemasaran yang baik sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk sakejanata?
3. Bagaimana cara memberikan alternatif produk inovasi makanan yang sehat dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat ?

B.2 Tujuan Program

1. Meningkatkan profit untuk kelanjutan usaha dan pengembalian modal usaha
2. Meningkatkan minat masyarakat sehingga laku di pasaran.
3. Memberikan alternatif makanan sehat bermineral tinggi dan bervitamin dari nabati tinggi yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat dengan harga yang terjangkau

B.3 Luaran yang Diharapkan

1. Menjadi produk komersial yang menghasilkan profit dan menjanjikan untuk keberlanjutan usaha
2. Dapat diminati oleh masyarakat sebagai konsumsi pemenuhan gizi yang diterima oleh masyarakat
3. Meningkatkan produksi yang lebih banyak dan dapat mempercepat pengembalian modal usaha.

B.4 Manfaat Program

Manfaat mahasiswa :

1. Melatih mahasiswa dalam berinovasi mengembangkan produk-produk unggulan sekaligus berwirausaha.
2. Sebagai wahana melatih dan mempraktikkan kemampuan manajemen wirausaha, sikap tanggung jawab dan kerjasama tim.

Manfaat masyarakat :

1. Masyarakat menjadi lebih praktis dan ekonomis dalam menjaga kesehatan.

2. Adanya pengembangan industri, sehingga dimungkinkan akan adanya penyerapan tenaga kerja serta terciptanya peluang bisnis

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

1. Peluang Usaha

Peluang usaha Sakejanata ini cukup menjanjikan dan berprospektif, karena inovasi Sakejanata ini merupakan sebuah inovasi baru dibidang pangan yang memiliki nilai gizi lengkap dengan vitamin,mineral dan nutrisi tinggi yang dibutuhkan dalam pemenuhan gizi

2. Peluang pasar

Pada peluang pasar produk ini masih lebih unggul dan memungkinkan dapat menjadi produk unggulan, pada umumnya di pasaran produk nata de coco dijual dengan kandungan yang biasa hanya ada kandungan air kelapa,sedangkan pada produk kami”sakejanata”nata de coco dengan kandungan air kelapa dan ekstrak daun kelor yang mempunyai kandungan vitamin,mineral dan nutrisi tinggi,di pasaran produk nata de coco menggunakan pewarna makanan sehingga tampilannya menarik tetapi pada produk kami”sakejanata”juga mempunyai warna pada nata de coco tetapi warna yang tampak bukan dari pewarna makanan tetapi dari ekstrak daun kelor.

3. Keberlanjutan usaha

Dalam lingkungan masyarakat membutuhkan variasi atau inovasi pangan dengan mutu dan kandungan gizi yang baik dan juga harga yang bisa dinikmati oleh semua kalangan masyarakat produk kami memberikan harga sama dengan dengan pasaran yakni Rp. 5.000,00,- dengan kandungan nutrisi yang berbeda.

4. Analisis finansial

Harga jual nata de coco per cup di pasaran adalah Rp5.000. Apabila proses pembuatan *sakejanata* dapat berjalan optimal, maka dari 100 liter bahan baku (air kelapa) dan 50 ikat daun kelor dapat dihasilkan profit yang besar. Dengan demikian, besarnya hasil penjualan dan keuntungan dapat dihitung sebagai berikut:

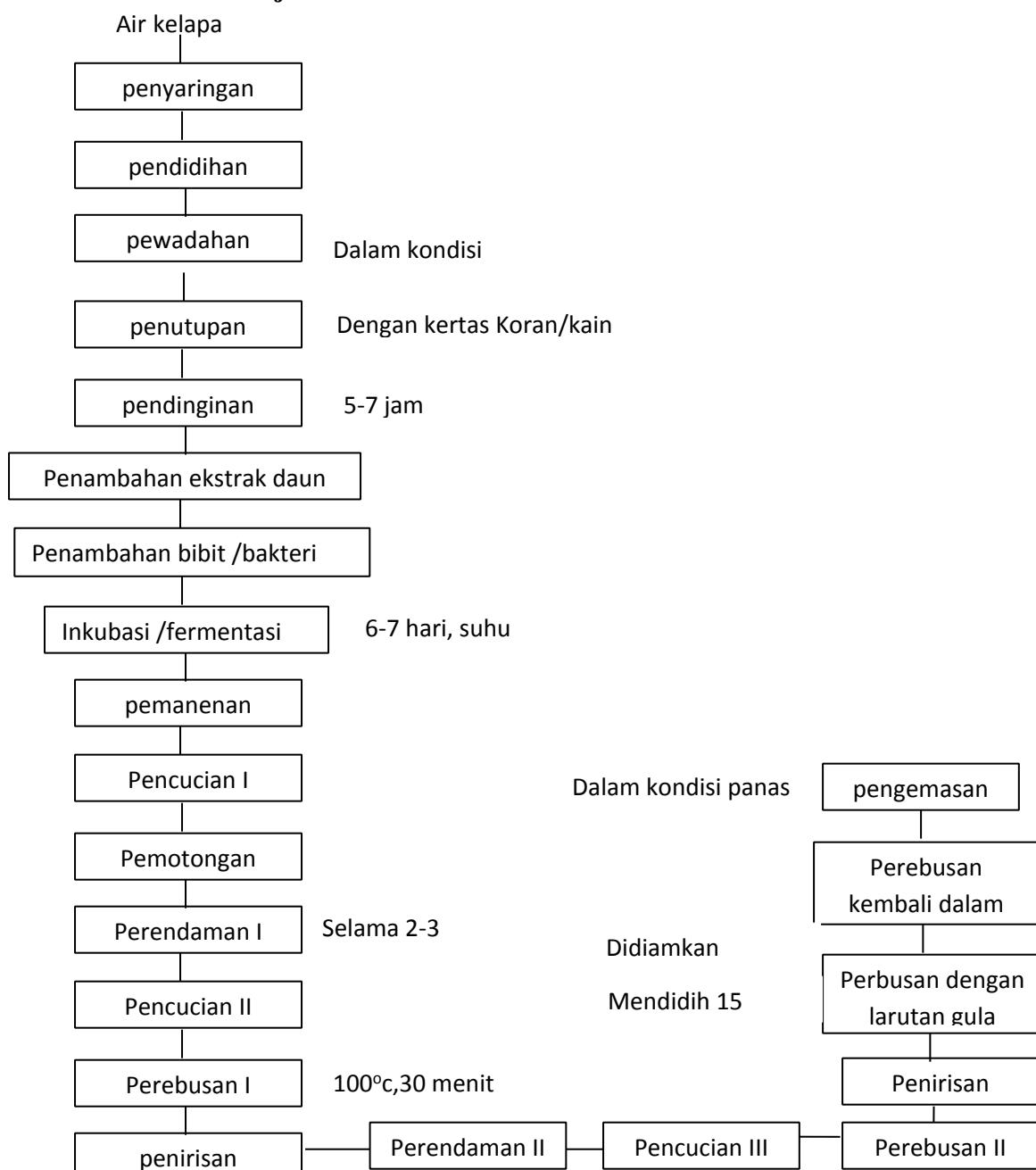
- Penjualan: 500 cup x Rp5.000 = Rp2.500.000
- Keuntungan: Rp2.500.000 – Rp1.248.750 = Rp1.251.250

BAB 3 METODE PENELITIAN

1. Kegiatan Pra Produksi

Kegiatan pra produksi terdiri atas kegiatan survei pasar dan persiapan produksi. Survei pasar dilakukan dengan melakukan pendataan dan kajian lapangan mengenai lokasi pemasaran yang ditargetkan dan sekaligus pencarian mitra usaha.

2. Produksi Sakejanata



Formulasi produk

Bahan : air kelapa 100%+ ekstrak kelor 25

Gula 0,825% = 8,35 gram

ZA 0,335% = 3,35 gram

asam asetat 0,415% = 4,15 m

3. Pengemasan

Untuk memperluas segmentasi pasar, pengemasan untuk produk Sakejanata terbagi tergantung dari permintaan yang ada. Pengelompokkan ini disesuaikan dengan harga dan kebutuhan pemasok. Kemasan produk menggunakan plastik mika transparan yang dapat memperlihatkan setiap sudut produk Sakejanata. Rancangnya kemasan dilakukan untuk membuat kemasan berdasarkan permintaan.

Kemasan merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan sebuah produk, karena daya terima produk di masyarakat secara psikologis sangat dipengaruhi oleh baik buruknya pengemasan. Pengemasan pada produk akhir, dilakukan dengan cara memasukkan produk Sakejanata ke dalam kemasan yang sudah didesain khusus. Kemudian kemasan tersebut diberi label yang jelas dan menarik yang tertera merk dagang. Label berfungsi sebagai alat penyampai informasi, alat promosi, serta sebagai sarana komunikasi produsen dan konsumen. Kemasan Sakejanata menggunakan plastik mika transparan dengan ukuran tertentu. Kemasan Sakejanata yang elegan dirancang agar dapat menarik perhatian konsumen saat pertama kali melihat Sakejanata.

4. Pemasaran dan Promosi

Produk Sakejanata memiliki sistem pemasaran dan daerah pemasaran mandiri. Pengelolaan program ini meliputi kegiatan penentuan atau perluasan pasar, strategi pemasaran dan pengaturan manajemen bisnis secara operasional di lapangan. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat

menentukan kelancaran penjualan yang pada akhirnya akan sangat menentukan kelangsungan proses produksi, sehingga dalam hal ini akan dikembangkan teknik-teknik pemasaran, diantaranya :

a. *Sistem Konsinyasi*

Sistem konsinyasi merupakan sistem pemasaran dengan titip jual, dalam hal ini produk Sakejanata telah diproduksi dan dikemas dititipkan kepada swalayan, toko-toko, tempat kost, dan tempat-tempat penjualan lainnya, dengan pembagian hasil yang jelas dan apabila produk tidak laku sesuai waktu yang telah ditentukan maka produk akan ditarik dan digantikan dengan yang baru. Sistem konsinyasi yang diterapkan akan membuat pedagang merasa diuntungkan karena tidak akan menanggung resiko barang yang tidak terjual.

b. *Sistem Direct Selling*

Sistem pemasaran ini merupakan sistem pemasaran dengan cara produk Sakejanata langsung dijual ke konsumen. Sistem ini merupakan sistem yang cukup efektif.

c. *Pengadaan Agen dengan Sistem Cabang*

Merupakan sistem dengan cara penjualan produk melalui agen, sebelum sampai ke tangan konsumen, yang juga dikombinasikan dengan sistem cabang sehingga akan semakin memperlancar dan mempercepat pemasaran.

Konsep-konsep atau teknik-teknik pemasaran tersebut diatas dipilih karena cukup efektif untuk sebuah produk baru, produk dapat langsung tersebar ke daerah pemasaran yang ditargetkan dengan biaya pemasaran yang cukup rendah. Proses selanjutnya setelah produk berada di pasar adalah evaluasi tingkat penjualan yang dilakukan secara rutin berkala 2-3 kali dalam satu bulan.

Kunci keberhasilan strategi pemasaran ini adalah penjaminan kualitas produk dan hubungan yang harmonis dengan para pedagang yang harus senantiasa terjalin. Pada taraf kestabilan pasar produk tercapai, sistem konsinyasi akan di ubah menjadi sistem jual beli barang atau order dengan pembayaran secara langsung.

Kegiatan promosi dilakukan secara langsung kepada para pembeli atau konsumen melalui pedagang, salah satunya dengan media poster, stiker serta selebaran yang berisi mengenai produk yang akan dijual yang didistribusikan di jalan serta dengan memasang *lay out* produk ditempat penjualan.

Strategi promosi ini dipilih karena membutuhkan anggaran promosi yang rendah, disamping itu dari segi efektifitas metode ini cukup mempunyai efektifitas tinggi. Dengan penampilan *display* serta poster yang menarik akan mengundang minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk. Bonus stiker juga diberikan kepada pembeli untuk jumlah pembelian tertentu.

5. Cara atau tahapan pekerjaan dalam menyelesaikan masalah

Faktor-Faktor Internal Faktor-Faktor Eksternal		(S) Strengths (Kekuatan)	(W) Weaknesses (Kelemahan)
(O) Opportunities (Kesempatan)		Strategi SO: memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya inilah yang kami bahasakan strategi agresif positif yaitu	Strategi WO: strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
(T) Threats (Ancaman)		Strategi ST: strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.	Strategi TW: strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

BAB 4 HASIL YANG DICAPAI

a. Data penjualan

Penjualan yang kami lakukan masih bersifat pengenalan, yang artinya kami masih dalam masa pengenalan produk kepada mahasiswa Program Diploma IPB. Selama ini kami masih menjual sekitar 15 cup kepada mahasiswa dengan harga Rp3.000,-/cup. Menurut kami harga Rp3000,- masih murah dibandingkan dengan harga yang ada di pasaran.

b. Masalah yang dihadapi

Masalah yang kami hadapi dalam proses produksi adalah bahan baku dan harga bahan baku yang tidak sesuai dengan perkiraan kami karena di sekitar Bogor jarang sekali masyarakat yang menanam pohon kelor maka dari itu di pasar tidak banyak pedagang yang berjualan daun kelor sehingga harga daun kelor di pasar berkisaran Rp10.000,- /kg sedangkan perkiraan kami menargetkan Rp500,-/kg. Selain sulitnya mencari bahan baku dan harga daun kelor yang mahal kami juga terdapat masalah pengolahan nata de coco, kami sudah mencoba dua kali namun tetap gagal. Tempat kami tidak steril sehingga nata de coco yang kami buat terkontaminasi dan rusak

c. Solusi permasalahan

1. Bahan baku daun kelor

Guna mengefisienkan biaya dan waktu kami mencoba untuk menambahkan bahan baku dengan menggunakan sayur sawi, warna yang dihasilkan sama tetapi jika dilihat dari kandungan gizinya daun kelor memiliki kandungan yang lebih banyak dibandingkan dengan sayur sawi diantaranya adalah kandungan vitamin-C.

2. Memproduksi Nata de coco

Karena sulitnya membuat nata de coco kami mengambil alternatif lain dengan cara membeli produk nata yang sudah jadi. Kemudian kita hilangkan rasa nata dari produk yang asli sehingga nata rasa menjadi netral kemudian kami tambahkan ekstrak daun sawi.

Sebenarnya kami ingin bekerjasama dengan mitra yang membuat nata de coco, tetapi setelah kami berkunjung ke dua perusahaan yang berada di daerah Batu Tulis-Bogor yang memproduksi nata ternyata kedua perusahaan tersebut tidak membuat nata melainkan memesan nata yang sudah jadi atau perusahaan tersebut hanya melakukan proses pengolahan nata yang sudah jadi (paekaging)

BAB 5 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

➤ Produksi

Rencana kami tidak membuat nata de coco karena kurangnya pengetahuan yang kami dapatkan dalam proses pembuatan nata de coco, ditakutkan juga terjadi kesalahan sehingga waktu terbuang dan kesalahan tersebut dapat menghambat proses produksi dan menghabiskan dana yang sangat banyak.

Dengan pembelian nata de coco otomatis sedikit menyimpang pada tujuan kami yakni “sari kelor jadi nata” yang artinya sari kelor / ekstrak daun kelor di campurkan dengan air kelapa kemudian melalui tahap fermentasi dapat menjadikan sari kelor tersebut menjadi nata yang mengandung sari kelor, sehingga kami mengambil alternatif menjadikan sari kelor sebagai sirup yang akan dicampurkan pada nata yang kami beli, kemudian kami tambahkan asam askorbat(vit-c) dari lemon sehingga dapat mengurangi bau kelor yang terlalu pekat dan menambah kesegaran pada sakejanata yang kami buat.

➤ Pemasaran

Rencana kami dalam proses pemasaran atau marketing produk Sakejanata adalah sistem konsinyasi dan sistem direct selling. Sistem konsinyasi merupakan sistem pemasaran dengan titip jual, dalam hal ini produk Sakejanata telah diproduksi dan dikemas dititipkan kepada swalayan, toko-toko, tempat kost, dan tempat-tempat penjualan lainnya, dengan pembagian hasil yang jelas dan apabila produk tidak laku sesuai waktu yang telah ditentukan maka produk akan ditarik dan digantikan dengan yang baru. Sistem konsinyasi yang diterapkan akan membuat pedagang merasa diuntungkan karena tidak akan menanggung resiko barang yang tidak terjual. Rencana kami produk Sakejanata akan dititipkan ke BemCo atau pusat souvenir atau oleh-oleh di kampus Diploma IPB

Sistem Direct Selling, sistem pemasaran ini merupakan sistem pemasaran dengan cara produk Sakejanata langsung dijual ke konsumen. Sistem ini merupakan sistem yang cukup efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi,sutomo : 2013 ; *KHASIAT DAUN KELOR* ; www.daunkelor.com
- <http://daunkelor.org/kandungan-daun-kelor/>

LAMPIRAN

Rincian Dana yang Terpakai

a. Peralatan Penunjang

No	Jenis Pengeluaran	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	Panci	1	Rp 125.000	Rp 125.000
2	Nampan	6	Rp 12.500	Rp 75.000
3	Pisau	3	Rp 10.000	Rp 30.000
4	Jurigen	1	Rp 30.000	Rp 30.000
5	Saringan	1	Rp 7.000	Rp 7.000
6	Gelas Ukur	1	Rp 10.000	Rp 10.000
7	Kompor Gas + Regulator	1	Rp 280.000	Rp 280.000
8	toples	1	Rp 21.000	Rp 21.000
9	pengaduk	2	Rp 4.000	Rp 8.000
10	kotak plastik	1	Rp 55.000	Rp 55.000
11	timbangan digital	1	Rp 120.000	Rp 120.000
12	Blender GMC	1	Rp 115.000	Rp 115.000
13	Kain Saring	1	Rp 5.000	Rp 5.000
14	Serbet	3	Rp 6.000	Rp 18.000
15	mesin manual sealing machine	1	Rp 875.000	Rp 875.000
TOTAL				Rp 1.774.000

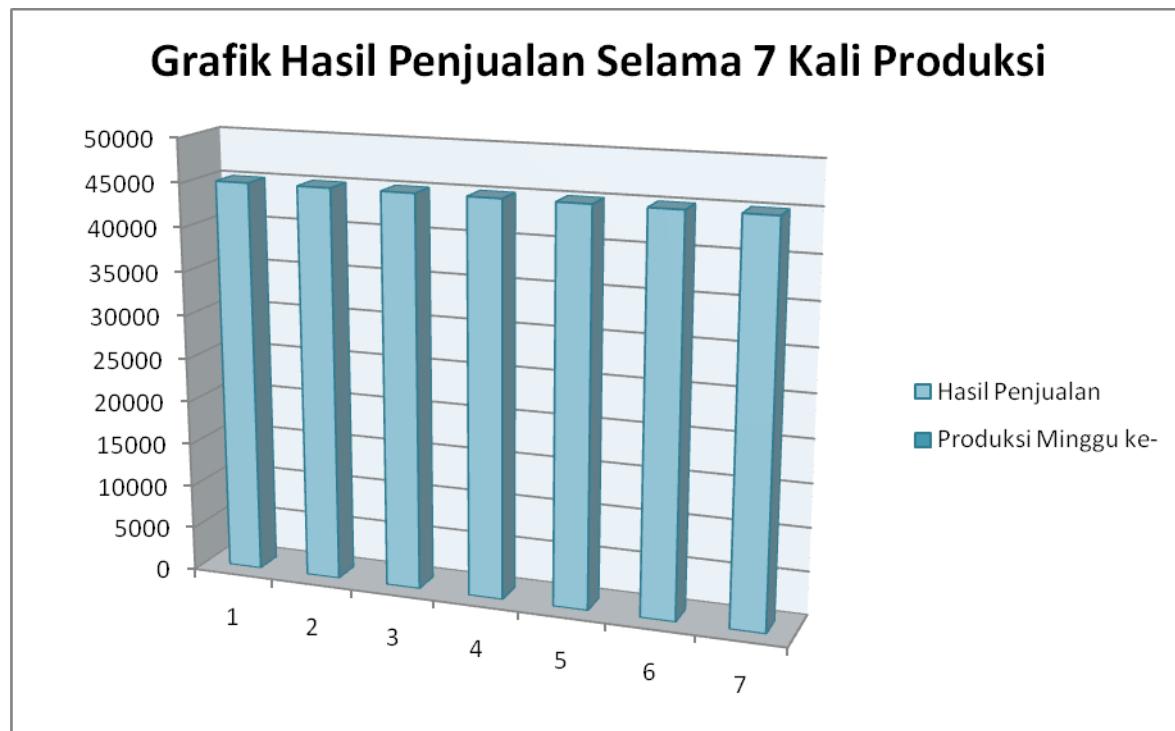
b. Bahan Baku

No	Jenis Pengeluaran	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	Daun Kelor	6	Rp 10.000	Rp 60.000
2	Asam Asetat	1	Rp 40.000	Rp 40.000
3	ZA	1	Rp 2.000	Rp 2.000
4	Bakteri	1	Rp 45.000	Rp 45.000
5	Nata de coco yang sudah jadi	3	Rp 16.500	Rp 49.500
6	lemon		Rp 2.000	Rp 2.000
7	Gula	2	Rp 11.000	Rp 22.000
8	Daun Sawi	3	Rp 6.000	Rp 18.000
9	Gelas Cup	3	Rp 20.000	Rp 60.000
10	gas 3 kg	1	Rp 15.500	Rp 15.500
11	Kertas Koran	2	Rp 2.000	Rp 4.000
12	Karet Gelang	2	Rp 2.000	Rp 4.000
13	Tisu	2	Rp 2.500	Rp 5.000
14	Lilin	2	Rp 10.000	Rp 20.000
15	air kelapa	8	Rp 2.000	Rp 16.000
TOTAL				Rp 363.000

c. Biaya pemasaran

No	Jenis Pengeluaran	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	pembuatan xbanner	1	Rp 95.000	Rp 95.000
2	label produk	3	Rp 11.000	Rp 33.000
3	Transportasi			
	- Angkot		Rp 30.000	Rp 30.000
	- Bensin		Rp 10.000	Rp 10.000
TOTAL				Rp 168.000

Data Penjualan



Dokumentasi Kegiatan

