

Peningkatan Kinerja UKM Percetakan Cabe Kecil Menggunakan Metode *Balance Scorecard* (BSC)

Heriyanto Darmawan¹, Meylinda Mulyati²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Katolik Musi Charitas

Jalan Bangau No. 60, Palembang 30113

E-mail: ti.heriyanto21@gmail.com, meylinda@ukmc.ac.id

ABSTRAK

Hasil observasi yang dilakukan bahwa kinerja UKM masih terdapat masalah, dimana dalam proses pembukuan yang dilakukan UKM masih manual yaitu mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran dari UKM dan pemilik UKM belum pernah dikaji tingkat kinerja dan profitabilitasnya, selain itu terdapat masalah dalam media promosi yang dimiliki oleh UKM dimana hanya berupa poster di depan toko dan hanya dari mulut ke mulut antar pemilik dan pelanggan. Implementasi yang dilakukan diantaranya dari aspek Financial (Keuangan) yaitu menyediakan promo potongan bagi pelanggan tetap, memberikan harga produk yang relatif murah dan mengupdate arus masuk keluar UKM di Ms.Excel sedangkan dari aspek *Non Financial* (Pelanggan) yaitu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat, menghasilkan produk berkualitas, dan mendaftarkan UKM ke akun media belanja online. Pendapatan UKM sebelum implementasi sebesar 56,4% dengan nilai kinerja 70,5% dan setelah implementasi sebesar 83,5% dengan nilai kinerja 96,4% sedangkan *non financial* (Pelanggan) sebesar 87,8% dan setelah implementasi 96,4%

Kata Kunci : Kinerja , *Balance Scorecard*,Aspek *Financial* (Keuangan), dan Aspek *Non Financial* (Pelanggan), UKM Percetakan Cabe Kecil

ABSTRACT

The result of observations made that the performance of SMEs is still a problem, where in the bookkeeping process, SMEs is still manual, namely recording all income and expenditure from SMEs and SMEs owners have never studied the level of performance and profitability, besides that there is a problem in the promotion media which is front of the shop and hanua prom mouth between owners and customers. Implementation of which includes financial aspects (financial) namely to provide discounted promos for permanent customers, provide prices for products that are relatively cheap and update flows into the Ms.Excel while from non financial aspects (customers), namely providing the best and fastest service, producing quality produts, and registering SMEs to online shopping media accounts. SMEs income before implementation amounted to 56.4% with performance value of 70.5% and after implementation at 83.5% with performance value of 96.4% while non-financial (customer) was 87.8% and after implementation 96.4%.

Keywords: *Performance, Balance Scorecard, financial aspects (financial), non financial aspects (customers), kecil chili printing kiosk.*

Pendahuluan

UKM percetakan Cabe Kecil merupakan usaha yang baru didirikan yang bertempat di daerah rumah susun 26 ilir Palembang, usaha yang dijalani oleh UKM Percetakan Cabe Kecil ini yaitu menerima jasa mencetak seperti foto, stiker, *banner*, nota, dan masih

banyak lagi. Dimana terdapat masalah yang masih harus diperbaiki di dalam proses usaha UKM Cabe Kecil karena terjadi ketidakseimbangan padabagian *financial*(keuangan) dan *Non Financial*(pelanggan). Pada bagian *Financial*, pemilik UKM tidak membuat pembukuan khusus yang berisi semua proses pemasukan dan pengeluaran seperti untuk membayar gaji karyawan, uang biaya listrik, membayar bahan baku, penjualan yang sudah dihasilkan, biaya pembelian, dan lain-lain. Pemilik UKM belum pernah dikaji tingkat kinerja dan profittabilitasnya, hal ini dikarenakan pemilik UKM belum pernah menghitung berapa besar omset penjualan yang sudah dilakukan ataupun merekap secara detail mengenai proses pemasukan dan pengeluaran dari UKM tersebut. Studi Awal, *Profit* yang dicapai UKM ini dari bulan Agustus – Januari 2019 sebesar 66,1%, sedangkan rasio lancar dan rasio cepat masing masing sebesar 13,3899 dan 12,9913. Dari bagian *Non Financial* (Perspektif pelanggan), pelanggan masih mengharapkan peningkatan Percetakan Cabe Kecil ini dalam proses pelayanan dan proses penyelesaian orderan agar lebih mudah dan cepat. Jumlah pelanggan juga masih belum terlalu banyak. Pelanggan yang saat ini ada, adalah pelanggan yang sudah mengenal UKM Cabe Kecil secara Pribadi. Jumlah pelanggan saat ini adalah 656 pelanggan yang dicapai dari awal pendirian UKM (Mei 2018-Januari 2019). Hal ini disebabkan karena UKM belum memiliki media promosi secara luas yang dimana akan menjadi sebuah strategi untuk memajukan bisnis usahanya dibidang percetakan dan juga area penjualan dari UKM Cabe Kecil sendiri masih sempit, dimana terdapat di sekitar lokasi Kota Palembang sendiri bahkan tidak seluruh Kota Palembang yang sudah mengetahui keberadaan dari UKM Cabe Kecil sendiri, dan juga pemilik UKM belum memiliki jasa pengantaran barang yang akan diantar ke tempat pelanggan sesuai cetakan yang sudah dipesan oleh pelanggan. Sehingga ini perlu diteliti untuk menyeimbangkan aspek *financial* dan aspek *Non Financial*nya.

Salah satu metode yang dapat membantu untuk meningkatkan kinerja dari UKM Cabe Kecil untuk menyeimbangkan aspek *financial* dan aspek *non financial* yaitu metode *balance scorecard* (BSC) agar dapat menyeimbangkan aspek *finansial* (keuangan) dan *non finansial* (pelanggan) dari usaha UKM Cabe Kecil. *Balance Scorecard* (BSC) merupakan suatu sistem manajemen, pengukuran, dan pengendalian yang secara cepat, tepat, dan komphrensif dapat memberikan pemahaman kepada manager mengenai *performance* bisnis. Pengukuran kinerja tersebut memandang unit bisnis dari dua aspek yaitu aspek *financial* (keuangan, proses bisnis internal), dan aspek *non financial* (pelanggan, proses pembelajaran dan pertumbuhan). Penelitian yang pernah dilakukan oleh Novitawaty, Tria (2016), “Analisis Pengukuran Kinerja UKM Bakery Pitaloka Metode *Balance Scorecard*”, yang bertujuan untuk mengetahui posisi kinerja UKM Bakery Pitaloka. Pada peneliti ini, hasil dari analisis BSC hanya berupa usulan perbaikan dan tidak dilakukan implementasi.

Berdasarkan pemasalahan di atas, maka perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan terhadap UKM Cabe Kecil guna untuk meningkatkan kinerja dari UKM tersebut sehingga tetap mampu bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, dan mengetahui perubahan tingkat kinerja UKM dari aspek *financial* dan *non financial* serta merancang strategi perbaikan kinerja dan mengimplementasikan usulan perbaikannya.

Luis dan Biromo (dalam Gultom, 2009) mengatakan bahwa definisi *Balance Scorecard* adalah suatu alat manajemen kinerja (*performance management tool*) yang dapat membantu organisasi untuk menerjemahkan visi dan strategi ke dalam aksi dengan memanfaatkan sekumpulan indikator *finansial* dan *non-finansial* yang kesemuanya terjalin dalam hubungan sebab akibat.

Menurut Kaplan & Norton (2001) Pengukuran dalam BSC dibagi kedalam empat perspektif dimana diantaranya terdapat aspek *finansial* (keuangan dan proses bisnis internal) dan *non finansial* (pelanggan dan pembelajaran serta pertumbuhan).

a. Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*)

BSC memakai perspektif keuangan sebagai perspektif yang terjadi akibat dari perspektif yang lain (pelanggan, proses bisnis internal dan pembelajaran dan pertumbuhan) atau dengan kata lain perspektif ini secara otomatis akan terwujud dari baik buruknya kinerja tiga perspektif dibawahnya.

b. Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*)

Pada perspektif ini, perusahaan mengidentifikasi dan mendefinisikan pelanggan dan segmen pasarnya. Perspektif ini memiliki beberapa pengukuran utama dari *outcome* yang sukses dengan formulasi dan penerapan strategi yang baik. Segmen pasar merupakan sumber yang akan menjadi komponen penghasil tujuan finansial perusahaan.

c. Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Process Perspective*)

Fokus dalam perspektif ini adalah proses internal dari manajemen perusahaan yang harus dilakukan. Proses internal yang harus dilakukan adalah proses yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang akhirnya dapat memuaskan ekspektasi pemegang saham.

d. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*)

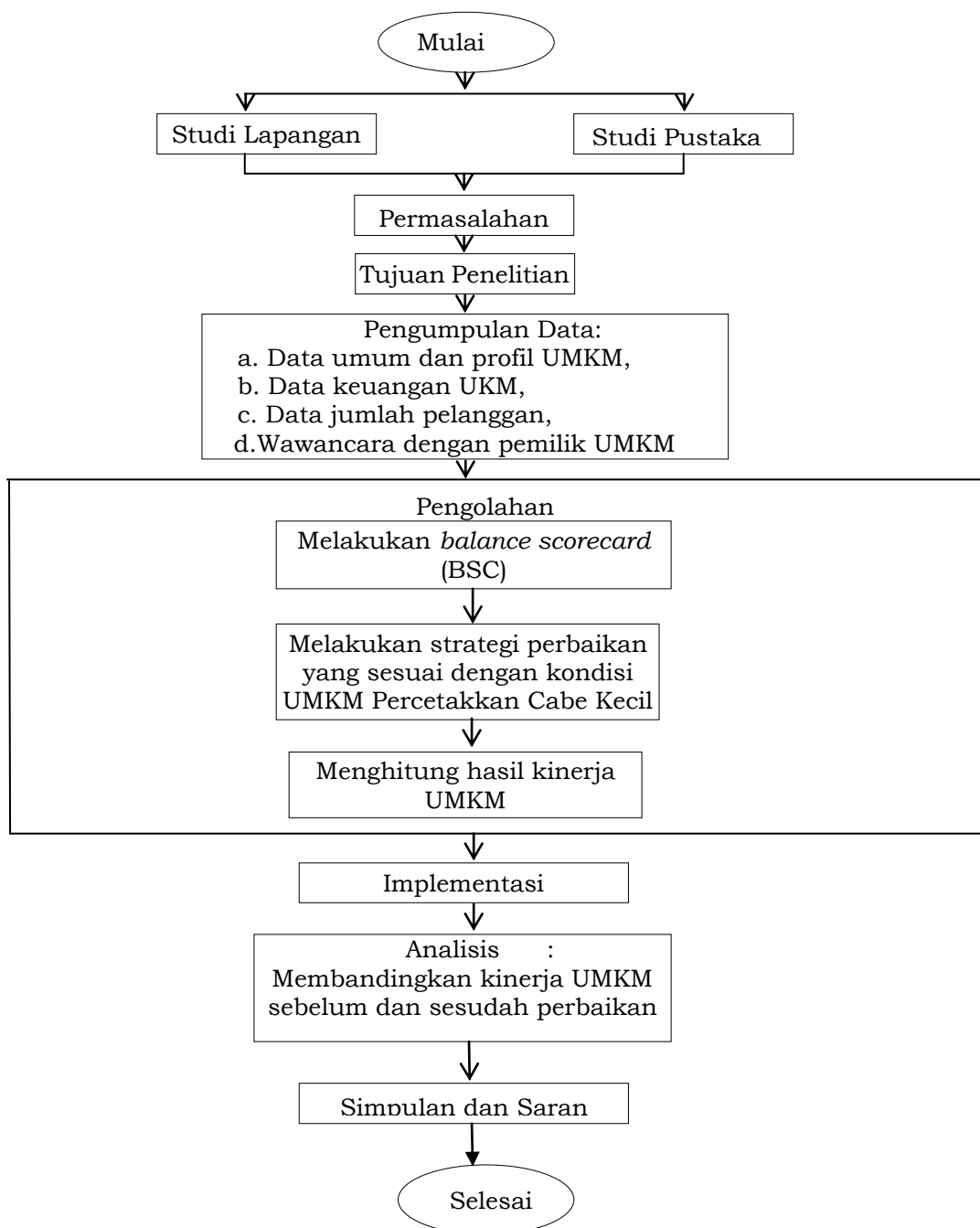
Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan ini mengidentifikasi infrastruktur yang harus dibangun perusahaan untuk membentuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di jangka panjang. Sasaran strategik dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan adalah *human capital*.

BSC merupakan jembatan antara strategi dengan implementasi dengan mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin terjadi pada proses perusahaan. Dengan menjadikannya sebagai sistem manajemen strategik, BSC memiliki empat proses manajemen, Kaplan & Norton (2004: 170) yaitu:

1. *Translating the vision*, yaitu bahwa BSC dapat menerjemahkan visi perusahaan dalam bentuk sasaran strategis yang dikaitkan satu sama lain dengan *strategi maps*.
2. *Communicating and linking*, proses pembentukan BSC yang melibatkan level operasional merupakan proses komunikasi (*communicating*) 30 strategi perusahaan kepada level operasional. Selain itu, level operasional juga dapat mengkaitkan strategi perusahaan dengan pekerjaannya sehari-hari.
3. *Business Planning*, karena BSC sudah memiliki *framework* dalam proses *budgeting* agar dapat terkait dengan strategi. Proses *budgeting* tetap digunakan karena ini merupakan *tools* untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan yang terbatas.
4. *Feedback and learning*, bahwa BSC memiliki sistem umpan balik (*feedback*). Sebuah strategi bisnis dapat dilihat sebagai hipotesis dari hubungan sebab akibat. Hipotesis tersebut haruslah diuji, sehingga terjadi *feedback* apakah strategi yang diformulasikan sudah menghasilkan *outcome* yang diinginkan atau tidak.

Metodologi Penelitian

Berikut Gambar 1 adalah metodologi Penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini:



Gambar 1. Flowchart Metodologi Penelitian

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan. Pada Bulan Februari-Maret, dilakukan perhitungan tanpa adanya implementasi perbaikan, dan pada bulan April-Mei dilakukan perhitungan setelah implementasi dilaksanakan. Berikut perhitungan Perhitungan aspek Financial (Keuangan Bulan Februari – Maret 2019). Hasil profit diperoleh dari perbandingan

antara laba bersih dan penjualan tiap periode. Hasil yang diperoleh berupa persentase profit untuk periode bulan Febuari – Maret 2019.

$$\begin{aligned} \text{Profit} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{558.587.386}{627.782.232} \times 100 \% \\ &= 88,97 \% \end{aligned}$$

Likuiditas berasal dari perbandingan antara rasio lancar dan rasio cepat.

Rasio lancar diperoleh dari perbandingan asset lancar dengan hutang lancar.

$$\begin{aligned} \text{Rasiolancar} &= \frac{\text{asset lancar}}{\text{hutang lancar}} \\ &= \frac{777.293.735}{150.000.000} \\ &= 5,1819 \\ \text{Rasiocepat} &= \frac{\text{Asset lancar-persediaan awal}}{\text{hutang lancar}} \\ &= \frac{777.293.735 - 74.515.698}{150.000.000} \\ &= 4,6851 \end{aligned}$$

Indikator laba bersih diperoleh dari perbandingan laba bersih dan total asset.

$$\begin{aligned} \text{Return On Investment (ROI)} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total asset}} \\ &= \frac{558.587.386}{1.111.887.870,13} \\ &= 0,502 = 50,2\% \end{aligned}$$

Indikator pendapatan UKM diperoleh dari perbandingan penjualan dan total asset.

$$\begin{aligned} \text{Asset Turn Over (ATO)} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Asset}} \\ &= \frac{627.782.232}{1.111.887.870,13} \\ &= 0,564 = 56,4 \% \end{aligned}$$

Sedangkan berikut ini adalah hasil perhitungan aspek Financial Bulan April - Mei 2019. Terlihat dari hasil profit diperoleh dari perbandingan antara laba bersih dan penjualan tiap periode. Hasil yang diperoleh berupa persentase profit untuk periode bulan April – Mei 2019.

$$\begin{aligned} \text{Profit} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100 \% \\ &= \frac{693.245.446}{756.245.226} \times 100 \% \\ &= 91,7 \% \end{aligned}$$

Likuiditas berasal dari perbandingan antara rasio lancar dan rasio cepat.

Rasio lancar diperoleh dari perbandingan asset lancar dengan hutang lancar.

$$\begin{aligned} \text{Rasiolancar} &= \frac{\text{asset lancar}}{\text{hutang lancar}} \\ &= \frac{790.671.832}{150.000.000} \\ &= 5,2711 \\ \text{Rasiocepat} &= \frac{\text{Asset lancar-persediaan awal}}{\text{hutang lancar}} \\ &= \frac{790.671.832 - 72.064.646}{150.000.000} \\ &= 4,790 \end{aligned}$$

Indikator laba bersih diperoleh dari perbandingan laba bersih dan total asset.



$$\begin{aligned} \text{Return On Investment (ROI)} &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total asset}} \\ &= \frac{693.029.395}{1.136.272.099} \\ &= 0,609 = 60,9\% \end{aligned}$$

Indikator pendapatan UKM diperoleh dari perbandingan penjualan dan total aset.

$$\begin{aligned} \text{Asset Turn Over (ATO)} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Asset}} \\ &= \frac{1.136.272.099}{756.245.226} \\ &= 0,665 = 66,5 \% \end{aligned}$$

Terlihat dari perhitungan diatas, terjadi peningkatan pada profit dari UKM. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja dari aspek *financial* dan aspek *non financial*. Berikut tabel 1 adalah hasil dari implementasi usulan perbaikan yang dilakukan di UKM Cabe Kecil.

Tabel 1 Data *Financial* (Keuangan) Sebelum dan Sesudah Implementasi

Item	Sebelum	Sesudah
Profit	558.587.386	693.029.395
ROI	50,2 %	60,9 %
Pendapatan	56,4 %	66,5 %
Pembukuan		
	-Pembukuan yang belum standar	-Pembukuan yang sudah standar

% Pencapaian Kinerja UKM aspek *Financial* (Keuangan) bulan Febuari – Maret 2019

$$\frac{\text{Persentase Pencapaian}}{\text{Rencana}} \times 100\%$$

$$\frac{56,4 \%}{80\%} \times 100 \%$$

$$= 70,5\%$$

% Pencapaian Kinerja UKM aspek *Financial* (Keuangan) bulan April - Mei 2019



$$\frac{\text{Persentase Pencapaian}}{\text{Rencana}} \times 100\%$$

$$\frac{66,5 \%}{80\%} \times 100 \%$$

$$= 83,5\%$$

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nilai kinerja dari UKM aspek *Financial* (Keuangan) mengalami peningkatan dimana sebelum implementasi sebesar 70,5% sedangkan sesudah implementasi sebesar 83,5%. Berikut tabel 2 adalah hasil implementasi usulan perbaikan aspek *non financial* pada UKM Cabe Kecil.

Tabel 2 Data Non Financial (Pelanggan) Sebelum Dan Sesudah Implementasi

Item	Sebelum	Sesudah
Penjualan	627.782.232	756.245.226
Realibilitas	0,646	0,774
Jumlah Pelanggan	123	135
Media Promosi	 <p>-h Spanduk.</p>	 <p>-Menggunakan Media belanja online dan media sosial</p>

% Pencapaian Kinerja UKM aspek *NonFinancial* (Pelanggan) bulan Febuari – Maret 2019

$$\frac{\text{Persentase Pencapaian}}{\text{Rencana}} \times 100\%$$

$$\frac{123}{140} \times 100 \%$$

= 87,8%

% Pencapaian Kinerja UKM aspek *NonFinancial* (Pelanggan) bulan April – Mei 2019

$$\frac{\text{Persentase Pencapaian}}{\text{Rencana}} \times 100\%$$

$$\frac{135}{140} \times 100 \%$$

= 96,4%

Berdasarkan dari data diatas dapat dilihat bahwa tingkat kinerja pencapaian dari aspek *Non Financial* (Pelanggan) UKM terjadi peningkatan dimana pada sebelum dilakukan implementasi sebesar 87,8% sedangkan sesudah implementasi sebesar 96,4%. Berikut tabel 3 dan 4 adalah tabel *paired sample test*.

Tabel 3 Paired Samples Test (Data Total Kuesioner Kepuasan Pelanggan)

	Paired Differences					T	Df	Sig.(2tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95 % Confidence Interval of the Differences				
				Lower	Upper			
Part1 VAR0001 - VAR0002	- 1.03333	2.38506	4354 5	- 1.9239 3	- 1427 4	- 2.373	29	.024

Tabel 4 Paired Samples test (Data Validitas)

	Paired Differences					T	Df	Sig.(2tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95 % Confidence Interval of the Differences				
				Lower	Upper			
Par1 VAR0001- VAR0002	-7.9141	259.4279	.98.0545	-319.073	160.78789	-807	6	.450

Seperti yang dapat dilihat dari tabel data total kuesioner kepuasan pelanggan bahwa nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 dapat berarti terjadi perbedaan antara kedua data sebelum dan sesudah implementasi sedangkan table tes paired data validitas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 berarti tidak ada terjadi perbedaan yang bermakna.

Kartu BSC Financial (Keuangan)

- 4. Pendapatan naik 5% tiap bulan :
 - Menyediakan promo potongan bagi pelanggan tetap
 - Memberikan free bonus produk sebanyak 1 pcs terhadap pelanggan yang bertransaksi banyak dan pelanggan tetap
 - Menjual produk dengan harga yang *relatif* murah
- 5. Pembukuan tertata rapi :
 - Mengupdate semua data keuangan tiap hari
 - Pembukuan diperiksa oleh pemilik tiap hari



Kartu BSC Non Financial (Pelanggan)

- 1. Kepuasan pelanggan :
 - Memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat
 - Menyediakan tempat tunggu yang nyaman
- 2. Kualitas produk yang baik :
 - Menghasilkan produk yang terbaik dan berkualitas sesuai keinginan konsumen
- 3. Media promosi yang baik :
 - Mendaftarkan UKM di media belanja online atau media sosial
 - Meningkatkan media promosi dari sebelumnya yang sudah ada dengan mendaftarkan UKM ke media belanja online lainnya

Kesimpulan

1. Pada perspektif *financial* (keuangan) UKM Percetakan Cabe Kecil pada bulan Agustus – Januari 2019 mendapat pendapatan sebesar 57%, sedangkan pada bulan Febuari – Maret 2019 mengalami penurunan pendapatan menjadi 56,4%, dan setelah implementasi pada bulan April – Mei 2019 UKM mengalami kenaikan pendapatan menjadi 66,5%. Dan nilai tingkat kinerja UKM sebelum implementasi yaitu 70,5% dan setelah implementasi sebesar 83,5%. Kenaikan ini terjadi karena implentasi dengan menyediakan promo potongan bagi pelanggan tetap, memberikan free bonus produk 1 pcs terhadap pelanggan, menjual produk dengan harga yang relative murah, dan mengupdate semua data keuangan tiap hari di Ms.Excel.
2. Pada perspektif *non financial* (pelanggan) pada saat bulan Febuari – Maret 2019 terdapat sebanyak 123 konsumen yang melakukan transaksi di UKM Percetakan Cabe Kecil, sedangkan pada saat implementasi pada bulan April – Mei 2019 mengalami kenaikan

menjadi 135 konsumen yang melakukan transaksi di UKM Percetakan Cabe kecil, dan nilai tingkat kinerja UKM sebelum implementasi sebesar 87,8% sedangkan setelah implementasi sebesar 96,4%. Kenaikan ini terjadi karena implementasi dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat, menghasilkan produk yang terbaik dan berkualitas sesuai keinginan konsumen, dan mendaftarkan UKM di media belanja online dan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Luthans, Fred. 2005. *Organizational Behavior 10th Edition*. Alih Bahasa: Vivin Andhika, dkk. Yogyakarta: ANDI.
- Mangkunegara.(2002:22). Pengertian kinerja.Diambil www.kajianpustaka.com diakses 10 Februari 2016.
- Fauzi. 1995. *Metode Penelitian Bisnis Bandung* : Alfabeta.
- Arfan Ikhsan Lubis. 2009. *Akuntansi Keperilakuan Edisi ke 2* .Penerbit Salemba Empat.
- Luis, Suwardi.,& Prima A, Biromo, 2007. *Step by step in Cascading Balanced Scorecard to Functional Balanced Scorecard*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.Fuad, M. 2006.*Pengantar Bisnis*. Cetakan Kelima. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Imelda R. H. N. (2004). *Implementasi Balanced Scorecard pada Organisasi Publik*. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* vol: 6, no.2, Nopember 2004: 106- 122. Tersedia: <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting/> (13 Juni 2015).
- Mahsun, Mohamad. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik* : Cetakan Pertama.Yogyakarta : Penerbit BPFE-Yogyakarta.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen: Sistem Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.Katadata Indonesia, *Databoks*. 2018. *Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2000 – 2016*.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kaplan, Robert, S., & Norton, David, P.(2001) : *“The Strategy Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment”*, Massachusetts,Harvard Business School Press.
- Kaplan, Robert S. dan Norton, David P., 1996, *Balanced Scorecard, Menerjemahkan Strategi Menjadi Aksi*, Alih Bahasa : Peter R. Yosi Pasla, 2000, Jakarta : Erlangga.
- Yuwono dkk.(2002). *Balance Scorecard Menuju Organisasi yang berfokus pada Strategi* cetakan ke - 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yuwono, Trisno & Silvita, I.S. 2003.*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya. Arkola.
- Azwar, S., 2014, *Reliabilitas dan validitas, edisi 4*, Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler, 2006, *“Business Research Methods”*, 9th edition.McGraw-Hill International Edition.
- Walizer, Michael. 1987. *Metode dan Analisis Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono, 2005, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.