



## Pemanfaatan Media *E-Commerce* dalam Memasarkan Produk UMKM

### Budidaya Lidah Buaya Di Griya Cendekia Desa Curug

Reno Ardiansyah<sup>1</sup>, Adi Prihanto<sup>2</sup>, Anri Ani<sup>3</sup>, Idvan<sup>4</sup>, Ardian Nurrahman<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen Pasca Sarjana, Universitas Pamulang

Ardiansyah.reno1@gmail.com<sup>1\*</sup>

Received 11 Februari 2022 | Revised 25 Februari 22 | Accepted 29 April 2022

\*Korespondensi Penulis

#### Abstrak

Pengabdian ini berjudul Pemanfaatan Media *e-commerce* dalam Memasarkan Produk UMKM Budidaya Lidah Buaya di Griya Cendekia Desa Curug Kecamatan Gunung Sindur Kab. Bogor, bertujuan memberikan penyuluhan dan memberikan pemahaman serta mengimplementasikan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien bagi pelaku UMKM, utamanya bagaimana mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* guna meningkatkan pemasaran dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai pemasaran *e-commerce* yang maksimal. Metode yang digunakan berupa penyampaian materi secara langsung diskusi dan wawancara mengenai manajemen, pengelolaan keuangan, pemasaran produk dan penerapan MSDM dalam pengembangan UMKM.

**Kata Kunci:** UMKM Griya Cendekia; Manajemen; Pemasaran; Keuangan; *e-commerce*

#### Abstract

*This service is entitled Utilization of e-commerce Media in Marketing MSME Products for Aloe Vera Cultivation at Griya Cendekia, Curug Village, Gunung Sindur District, Kab. Bogor, aims to provide counseling and provide understanding and implement effective and efficient marketing management for MSME actors, especially how to determine the influence of the marketing mix on e-commerce purchasing decisions in order to improve marketing and determine appropriate policies in order to achieve maximum e-commerce marketing. The method used is in the form of direct delivery of material, discussions and interviews regarding management, financial management, product marketing and the application of HRM in the development of MSMEs.*

**Keywords:** Griya Cendekia MSME; Management; Marketing; Finance; *e-commerce*.

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi Permasalahan.

Di masa pandemi, UMKM seringkali mengalami permasalahan penjualan yang cukup berat, karena adanya penurunan daya beli di masyarakat pada usaha yang dijalankan. Menurunnya daya beli menyebabkan UMKM mengalami kesulitan dalam pemasaran, Pelaku UMKM harus tetap mengeluarkan biaya operasional untuk melakukan proses produksi

ditengah menurunnya pendapatan usaha. Manajemen Pemasaran sangat penting bagi UMKM untuk mempertahankan kondisi dan kinerja agar terus bertahan dalam segala situasi ekonomi yang berubah, terutama di era pandemi.

UMKM diharapkan dapat mengelola manajemen pemasarannya secara cermat baik dalam mengatur pola pemasaran, konsep pemasaran, pembuatan web design dan

penjualan. Kenyataannya keterampilan dalam *manajemen e-commerce* pada UMKM dianggap hal sepele dan diabaikan. Hal ini disebabkan karena para pelaku usaha UMKM lebih mengutamakan pemasaran, serta tidak jarang menggabungkan aset pribadi dan usaha.

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, melakukan kerjasama dengan UMKM Griya Cendekia yang berlokasi di Desa Curug Kec. Gunung Sindur Kab. Bogor. UMKM Griya Cendekia dimulai dengan diskusi oleh kelompok kecil warga untuk membentuk Loka Tani dengan anggota berjumlah 10 orang. Saat ini sudah memiliki kartu tani, namun belum digunakan karena kartu tersebut digunakan untuk pembelian pupuk kimia sedangkan pupuk yang dibutuhkan UMKM yakni pupuk organik. Sebelum menggeluti pertanian lidah buaya, UMKM mencoba memproduksi pot dan pada saat itu mendapat pasar yang cukup menjanjikan. Namun tidak dikembangkan dikarenakan terdapat kendala sumber daya. Produk olahan aloe vera yang dibudidayakan dan dikembangkan merupakan salah satu peluang yang sangat baik untuk membangkitkan perekonomian UMKM di Desa Curug, Kec. Gunung Sindur, namun dalam pelaksanaannya masih mengalami beberapa hambatan seperti promosi penjualan yang dilakukan kurang maksimal, tenaga kerja yang kurang terampil, terbatasnya pengetahuan tentang aplikasi atau sistem bisnis online sehingga keputusan pembelian konsumen rendah terhadap produk olahan lidah buaya.

### **Permasalahan.**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, keadaan umum pelaku UMKM Griya Cendekia di Desa Curug Kec. Gunung Sindur Kab Bogor, belum sepenuhnya menjalankan prinsip-prinsip manajemen yang baik dalam pengelolaan usaha. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan.

Kondisi obyektifnya adalah terdapat perbedaan visi terhadap bentuk legalitas pada pengurus dan anggota, dan dominannya peran ketua UMKM dalam organisasi, serta UMKM masih berbentuk komunitas belum memiliki legalitas usaha (Seperti: CV, PT, Koperasi); terdapat kualitas produk bagus, tetapi tampilan desain kemasan dan foto produk pada *e-commerce* kurang menarik, lalu pemasaran masih bersifat internal UMKM, belum menasar pangsa pasar secara luas masih bersifat konsinyasi; dan anggota UMKM kesulitan dalam permodalan dan laporan keuangan.

### **Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat.**

1. Memberi manfaat dengan implementasi ilmu yang diberikan berupa kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Mengetahui produk UMKM Griya Cendekia yang memiliki potensi untuk berkembang dan dapat diterima di pasar.
3. Memberikan dampak positif kepada pelaku UMKM Griya Cendekia mengenai keilmuan manajemen SDM, Pemasaran, maupun Keuangan.
4. Memberikan solusi bagi persoalan yang dihadapi UMKM Griya Cendekia melalui penerapan IPTEK dan *e-commerce*.

### **Kerangka Pemecahan Masalah.**

Dalam hal ini, dilakukan persiapan terkait dengan materi, bahan dan alat sesuai dengan tema secara baik. Hasil persiapan tersebut dimaksudkan agar materi tersampaikan dengan mudah dimengerti serta dipahami oleh para pelaku usaha yang tergabung kedalam keanggotaan UMKM Griya Cendekia.

Untuk melaksanakan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, prosedur kerjanya sebagai berikut:

#### **1. Tahap Persiapan.**

Tahap persiapan merupakan rangkaian kegiatan sebelum pelaksanaan, pada tahap ini disusun kegiatan yang harus dilakukan dengan tujuan untuk mengefektifkan dalam persiapan dalam perencanaan. Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Survei awal. Pada tahap ini dilakukan survei lokasi pelaku budidaya lidah buaya UMKM Griya Cendekia Desa Curug, Kec. Gunung Sindur.
- b. Observasi. Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
- c. Rapat Koordinasi Tim. Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan. Perwakilan Kelompok melakukan koordinasi kepada pengurus lingkungan dan pengurus UMKM. Perwakilan Kelompok melakukan pengecekan kesiapan (Lokus, Sarpras, pemasangan banner, sound system, InFocus, plakat, dll).

## 2. Tahap Pelaksanaan.

Tahap pelaksanaan yang dilakukan dengan melakukan penyuluhan untuk memberikan pemahaman mengenai manajemen pemasaran yang baik bagi utamanya bagaimana mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* dan mengimplementasikan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien untuk pelaku budidaya lidah buaya UMKM Desa Curug, Kec. Gunung Sindur. dalam hal ini untuk meningkatkan pemasaran secara *e-commerce* dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai pemasaran *e-commerce* yang maksimal. pada tahap pelaksanaan ini kami memberikan pelatihan ilmu manajemen bidang SDM, pemasaran, dan keuangan kepada para pelaku usaha UMKM dengan metode:

- a. presentasi materi;
- b. tanya jawab seputar materi yang disampaikan;
- c. diskusi seputar pemecahan masalah UMKM.

## 3. Tahap Evaluasi.

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih

baik lagi dan kelanjutan menjadi desa binaan kampus. Partisipasi mitra dalam hal ini pengurus UMKM Griya Cendekia dalam pelaksanaan program PKM ini sangat kooperatif dan antusias dengan memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan PKM, memberikan keterangan baik berupa informasi atau data-data yang dibutuhkan sampai rencana pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan/pendampingan.

## Realisasi Pemecahan Masalah.

Realisasi pemecahan masalah dalam Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Griya Cendekia Desa Curug, Kec. Gunung Sindur Kab. Bogor ini, menghasilkan beberapa hal pengabdian, antara lain:

1. Melakukan pendampingan terkait manajemen pengembangan UMKM dalam upaya mewujudkan pelaku usaha yang sejahtera dan mandiri.
2. Melakukan pendampingan yang tepat dan berkelanjutan dalam agar tercipta sinergi antara dunia usaha, dunia akademis, dan pemerintah setempat.
3. Melakukan pendampingan atau pembentukan kelompok-kelompok usaha sesuai sektor atau bidangnya masing-masing antara lain sektor kuliner, kerajinan, dan budidaya tanaman dalam upaya lebih meningkatkan lagi pemasaran yang lebih luas lagi.
4. Melakukan sharing knowledge dalam hal implementasi manajemen SDM, pemasaran, dan keuangan.

## Kajian Pustaka.

### Manajemen

Manajemen adalah ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan (Siswanto, 2020, p. 1). Dengan kata lain, manajemen merupakan sebuah seni atau ilmu yang mengatur serangkaian proses kegiatan dalam rangka pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi/

perusahaan. Unsur-unsur dalam Manajemen umumnya mencakup empat elemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, dan pengawasan.

#### Manajemen Sumber Daya Manusia.

Sumber Daya Manusia adalah elemen inti dari sebuah organisasi/perusahaan. Karena itu diperlukan sebuah sistem yang bisa mengoptimalkan kehadiran manusia di dalam organisasi agar lebih efektif dan efisien. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah sebuah ilmu atau cara untuk mengatur hubungan dan peran sumber daya yang dimiliki oleh individu secara maksimal untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi/perusahaan (Catio, 2020, hal. 2). Manajemen Sumber Daya Manusia mengatur jumlah kebutuhan man power serta pemanfaatannya yang meliputi tahap rekrutmen, penempatan posisi kerja, pelatihan dan pengembangan, kompensasi, serta manajemen karier.

#### Manajemen Keuangan.

Manajemen keuangan sangat diperlukan dalam pengelolaan sebuah organisasi/perusahaan. Penerapan manajemen keuangan akan sangat membantu perusahaan dalam mengontrol biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Manajemen Keuangan adalah semua aktivitas perusahaan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien (Sutrisno, 2003, hal. 3). Sederhananya, Manajemen Keuangan bisa diartikan sebagai sebuah seni untuk mengurus serangkaian proses dalam pengelolaan keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan modal, pengendalian modal, biaya operasional, pendapatan, keuntungan, dan seluruh kegiatan-kegiatan lain yang terlibat dalam lalu lintas keuangan perusahaan.

#### Manajemen Pemasaran.

Manajemen pemasaran (marketing management) merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2012) menyebutkan bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul. Menurut Kotler dan Keller dalam (Priansa, 2017:38) bahwa bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk pencapaian tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial. Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009). Digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Heidrick & Struggles (2009).

#### Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah jenis usaha milik perorangan, keluarga, atau kelompok dalam skala yang tidak terlalu besar. Usaha skala ini umumnya dijalankan oleh masyarakat kelas menengah ke bawah yang memiliki modal dan sumber daya terbatas. Pengertian tentang UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal Rp:50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) dan memiliki omzet tahunan maksimal Rp:300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah). Sementara usaha kecil adalah

usaha produktif dengan kekayaan bersih di atas Rp:50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) dan memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan Rp:2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah). Sedangkan usaha menengah adalah sebuah usaha produktif dengan kekayaan bersih lebih dari Rp:500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah) dan memiliki omzet penjualan lebih dari Rp: 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan Rp:50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah).

## METODE.

Khalayak sasaran dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah seluruh pelaku usaha yang tergabung dalam keanggotaan UMKM Griya Cendekia, agar dengan adanya pelatihan manajemen bidang sumber daya manusia, pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang dapat menghasilkan pelaku usaha yang tangguh, sejahtera, dan mandiri.

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada UMKM Griya Cendekia melalui sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan pentingnya peran manajemen dalam setiap proses usaha, peran SDM, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang tepat.

Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan di UMKM Griya Cendekia Desa Curug, Kec. Gunung Sindur, Kab. Bogor adalah pelatihan untuk mengembangkan usaha melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui rangkaian kegiatan identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim melakukan penyuluhan melalui metode sebagai berikut:

### 1. Pra PKM.

Identifikasi permasalahan UMKM Griya Cendekia melalui metode wawancara. Didapat data permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi Umum, Terdapat sektor usaha di UMKM yaitu kuliner, kerajinan, dan budidaya tanaman. Belum memiliki legalitas usaha (Seperti: CV, PT, Koperasi), saat ini masih berbentuk Komunitas.
  - b. Permasalahan SDM; Perbedaan visi terhadap bentuk legalitas pada pengurus dan anggota, peran ketua UMKM yang masih dominan dalam organisasi.
  - c. Permasalahan pemasaran, kualitas produk bagus, tetapi tampilan desain kemasan dan foto produk pada *e-commerce* kurang menarik, pemasaran masih bersifat internal UMKM, belum menasar pangsa pasar secara luas, ekspansi usaha terkendala bentuk legalitas, perizinan dan sertifikasi halal.
  - d. Permasalahan Keuangan, anggota UMKM kesulitan dalam permodalan dan laporan keuangan.
2. Pelaksanaan PKM meliputi: Pemberian materi pelatihan manajemen bidang SDM, Pemasaran, dan Keuangan, diskusi dan tanya jawab seputar materi dan permasalahan nyata yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk menghasilkan solusi terbaik dalam rangka pengembangan UMKM lebih lanjut.
  3. Evaluasi Kegiatan PKM, meliputi: 1) Evaluasi terhadap tingkat keberhasilan dan ketidakberhasilan kegiatan PKM, serta mengidentifikasi dampak positif dari PKM ini terhadap UMKM Griya Cendekia dan para pelaku usaha yang tergabung didalamnya; 2) Agenda pelatihan dan pendampingan lanjutan dalam rangka lebih meningkatkan sinergi para pelaku UMKM, pihak akademisi, dan pemerintah setempat, dengan tujuan lebih memajukan lagi UMKM Griya Cendekia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN.

### Kondisi Pengelolaan UMKM.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, keadaan umum pelaku UMKM Griya Cendekia di Desa Curug Kec. Gunung Sindur Kab Bogor, belum sepenuhnya menjalankan prinsip-prinsip manajemen yang baik dalam pengelolaan usaha. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan.

Kondisi obyektifnya adalah: 1) terdapat perbedaan visi terhadap bentuk legalitas pada pengurus dan anggota, dan dominannya peran ketua UMKM dalam organisasi, serta UMKM masih berbentuk komunitas belum memiliki legalitas usaha (Seperti: CV, PT, Koperasi); 2) terdapat kualitas produk bagus, tetapi tampilan desain kemasan dan foto produk pada *e-commerce* kurang menarik, lalu pemasaran masih bersifat internal UMKM, belum menasar pangsa pasar secara luas masih bersifat konsinyasi; dan 3) Anggota UMKM kesulitan dalam permodalan dan laporan keuangan.

### Pemberian Materi Implementasi Peran Ilmu Manajemen dalam Pengembangan UMKM Griya Cendekia.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 14 November 2021 bertempat di Perum Griya Cendekia Desa Curug Kec. Gunung Sindur Kab. Bogor, bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan memberikan pemahaman serta mengimplementasikan manajemen pemasaran yang efektif dan efisien bagi pelaku UMKM, utamanya bagaimana mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* guna meningkatkan pemasaran dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai pemasaran *e-commerce* yang maksimal.

Berikut dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat:



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## SIMPULAN

### Kesimpulan.

Pentingnya dasar tentang pemahaman yang baik tentang ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Keuangan, secara berdampak pada keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usaha yang mereka geluti. Pelaku UMKM perlu memiliki keterampilan yang baik dalam mengelola usahanya.

Strategi pemasaran perlu dilakukan oleh industri UMKM melalui indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian. Peningkatan daya saing UMKM serta untuk mendapatkan peluang bisnis dapat dilakukan dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai tempat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis.

Pelaku UMKM Griya Cendekia juga harus memperhatikan keterjangkauan harga produk dengan membuat inovasi produk ke dalam berbagai ukuran bentuk dan kemasan serta dengan menambah alternatif pembayaran online guna memudahkan konsumen dalam hal pembayaran seperti Dana, Gopay, Shopee, Alfamart/Indomaret, *Cash On Delivery* dan lainnya.

### **Saran.**

Mendorong pengurus UMKM Griya Cendekia tetap proaktif dan informatif kepada semua pihak diantaranya kepada pihak kampus, agar apa yang menjadi program kerja UMKM dapat disinergikan dengan banyak pihak guna tercapainya tujuan UMKM yang berkembang, mandiri dan sejahtera, serta dapat menjadi desa binaan Universitas Pamulang.

UMKM Griya Cendekia bersama Kemenkop UKM dan Pemkab Bogor, menyusun program prioritas pengelolaan, pengembangan dan pemasaran produk budidaya lidah buaya untuk mengelola UMKM terintegrasi yang efektif dan efisien; memberikan kemudahan kredit usaha; memanfaatkan media e-commerce dalam promosi dan bauran produk UMKM; dan meningkatkan tata kelola manajemen administrasi dan keuangan dalam rangka pemasaran yang efektif dan efisien.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, PT. Alfabet, Bandung.

### **DAFTAR PUSTAKA.**

- Siaran Pers Kemenko Perekonomian HM.4.6/300/SET.M.EKON.3/09/2021 tanggal 26 September 2021 “Pemerintah Dukung Permodalan bagi UMKM sebagai Strategi Penopang Perekonomian Nasional”. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3331/pemerintah-dukung-permodalan-bagi-umkm-sebagai-strategi-penopang-perekonomian-nasional>
- Perkembangan Data UMKM dan Usaha Besar Tahun 2018-2019 <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *10*(1), 9–14.
- Dr. H. Masram, SE., MM., M.Pd. dan Dr. Hj. Mu'ah, SE., MM. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional, Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Dr. Lilis Sulastri, MM. 2016. Manajemen Usaha Kecil Menengah, La Good Publishing, Bandung.
- Sri Mulyono dkk. 2021. Pengantar Manajemen, CV. Media Sains Indonesia, Bandung.