

Kompetensi Komunikasi *Guest Service Agent* Dalam Mendorong Kepuasan Tamu Mh Hotel Ipoh Malaysia

Fery Harianto¹, Noviawan Rasyid Ohorella², Maulana Andinata Dalimunthe*³

^{1,2} Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

³ Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Corresponding Author: maulanaandinatad@usu.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27 September 2023

Revised: 29 September 2023

Accepted: 29 September

Available online

<https://komunika.usu.ac.id>

E-ISSN: 2807-596X

P-ISSN: 0216-003X

How to cite:

Harianto, et all. (2023).

*Guest Comment Card
Sebagai Bahan*

Evaluasi Kompetensi

Guest Service Agent

Terhadap Kepuasan

Tamu Di Mh Hotel

Ipoh, Perak, Malaysia.

ABSTRACT

Jurnal KomunikaA. 19(1), 39-44

The purposes of this research is to see how the communication competence of Guest Service Agents increases guest satisfaction at Mh Hotel Ipoh, Malaysia. Remembering that satisfaction is the basis for realizing organizational goals. Satisfaction encourages the creation of a conducive communication climate so that it provides its own incentives for achieving the organizational goals of Mh Hotel. The research method used in this research is a qualitative approach with a case study method as the author's perspective in analyzing the optimization of the use of Guest Comment Cards in encouraging communication satisfaction for guests of Mh Hotel Ipoh, Malaysia. The results of the research show that Guest Service Agents demonstrate communication competence in terms of service by welcoming and greeting every guest who comes to the hotel, then registering guests, finding rooms that are ready to be occupied based on guests' suggestions or requests, giving or issuing room keys, and also provide information for guests regarding services or facilities available at the hotel as well as information outside the hotel. Even though they have the ability to provide services to guests, these guest service agents often encounter obstacles in their work process. These obstacles include the emotional feelings that guests have, so they tend to be impatient in receiving and waiting for explanations from guest service agents.

Keywords: Competence, Guest Service Agent, Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk melihat bagaimana kompetensi komunikasi Guest Service Agent dalam mendorong kepuasan tamu Mh Hotel Ipoh, Malaysia. Mengingat kepuasan merupakan dasar dalam terwujudnya tujuan organisasi. Kepuasan mendorong terciptanya iklim komunikasi yang kondusif sehingga memberikan insentif tersendiri bagi pencapaian tujuan organisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus sebagai cara pandang penulis dalam menganalisis optimalisasi penggunaan Guest Comment Card dalam mendorong kepuasan komunikasi para tamu Mh Hotel Ipoh, Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para Guest Service Agent menunjukkan kompetensi komunikasi dalam hal pelayanan dengan cara menyambut dan memberi salam ke setiap tamu yang datang ke hotel, lalu mendaftarkan tamu, mencari kamar yang siap ditempati baik atas saran atau permintaan tamu, memberikan atau mengeluarkan kunci kamar, dan juga menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi di luar hotel. Meskipun memiliki kemampuan dalam melakukan pelayanan terhadap tamu, para Guest service agent ini tidak jarang pula menemui hambatan dalam proses kerja mereka. Hambatan tersebut seperti perasaan emosi yang dimiliki para tamu, sehingga cenderung tidak sabar menerima dan menunggu penjelasan dari para guest service agent.

KataKunci: Kompetensi, Guest Service Agent, Kepuasan



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

Pendahuluan

Secara ontologis pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu kata Pari dan kata Wisata. Kata Pari berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata Wisata berarti perjalanan. Menurut (Yoeti, 2003), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila Pertama, perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal. Kedua, tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang, dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang di kunjunginya. Ketiga, semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi. Sedangkan Menurut (Wahab, 1992) pariwisata mengandung tiga unsur, antara lain: Manusia yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata, Tempat yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan Waktu yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan Sementara menurut (Spillane, 1993) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi, liburan, atau persiapan yang dilakukan untuk aktivitas luar. Secara umum, pariwisata melibatkan perpindahan orang ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal mereka. Industri pariwisata melibatkan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Selama seseorang melakukan perjalanan wisata pasti membutuhkan akomodasi, Kebutuhan akan sarana akomodasi bagi para wisatawan sangat besar manfaatnya bagi industri perhotelan. Hotel berasal dari bahasa latin yakni “hospes” yang mempunyai pengertian untuk menunjukkan orang asing yang menginap di rumah seseorang kemudian berkembangnya menjadi kata “hotel” yang dinyatakan sebagai rumah penginapan. Menurut (Gaffar, 2007) hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk sementara waktu dan di kelola secara profesional. Menurut (Rumekso, 2001) Hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar untuk tempat menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan.

Peraturan Menteri Pariwisata dan ekonomi kreatif republik indonesia, Nomor: PM.106/PW.006/ MPEK/20112011, tentang sistem manajemen pengamanan hotel menyatakan bahwa: hotel adalah penyedia akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan serta fasilitas lainnya. Menurut (Bagyono, 2012) *Front Office* berasal dari bahasa inggris “Front” yang artinya depan, dan “Office” berarti kantor. Front Office adalah kantor depan. dalam konteks pengertian hotel, kantor depan hotel merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau lobi. Dengan lokasi di bagian depan maka *Front office* termasuk departemen yang paling mudah di cari dan di lihat oleh tamu.

Terkait penggunaan istilah *front office*, sebagian hotel juga menggunakan istilah yang lain, yaitu *Guest Service Area* atau area pelayanan tamu. Oleh karena itu kepala departemennya di sebut *Guest Service Manager*, sedangkan petugasnya di sebut sebagai *Guest Service Agent*. *Guest Service Agent* merupakan penerima tamu di bagian *guest service area*. *Guest service agent* memiliki banyak istilah atau sebutan, ada yang menyebutkannya dengan istilah *Front Desk Agent*, *Front Desk Clerk*, *Receptionist Agent*, semua istilah yang disebut memiliki pemaknaan dan tugas, serta fungsi yang sama, yakni memberikan pelayanan yang optimal kepada para tamu yang hendak berkunjung ke hotel. Salah satu hotel yang menggunakan istilah *Guest service agent* ialah Mh Hotel yang berada di Ipoh Malaysia.

Guna mengoptimalkan pelayanan yang diberikan kepada para tamu, Mh Hotel juga menggunakan *Guest comment card*. *Guest comment card* digunakan sebagai medium yang dapat mendengar secara langsung saran atau masukan yang diberikan para tamu hotel terkait pelayanan yang diberikan, khususnya pelayanan yang diberikan para *Guest service agent*. *Guest comment card* juga memungkinkan para tamu merasa nyaman dalam menyampaikan kritik dan komentarnya terhadap pelayanan yang mereka terima. Isi pesan yang terdapat dalam *guest comment* yang telah terkumpul memiliki daya tarik, kejelasan yang cukup, sehingga mudah di mengerti oleh pihak manajemen guna menindaklanjuti saran atau komentar yang ditujukan kepada mereka. *Guest comment card* juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para tamu, serta mengevaluasi apakah Hotel sudah mencapai tujuan hingga melebihi keinginan bagi para tamu.

Kepuasan tamu menjadi hal terpenting mengingat kepuasan merupakan dasar dalam

terwujudnya tujuan organisasi. Seperti yang diutarakan oleh Redding (Dalam Muhammad, 2009: 88) bahwa kepuasan mendorong terciptanya iklim komunikasi yang kondusif sehingga memberikan insentif tersendiri bagi pencapaian tujuan organisasi. Kepuasan tersebut dapat dilihat dari beberapa hal, seperti; Kepuasan terhadap proses komunikasi, kepuasan terhadap sarana dan prasarana, kepuasan terhadap media komunikasi, hingga kepuasan terhadap model komunikasi. Kepuasan dalam pengertian ini juga menunjukkan kepada bagaimana informasi yang tersedia memenuhi persyaratan permintaan para tamu akan tuntutannya terhadap informasi yang ia butuhkan, dari siapa datangnya, cara penyebarluasannya, bagaimana diterima, diproses dan apa respons terhadap informasi. Kepuasan komunikasi adalah satu fungsi dari apa yang seorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan. Oleh karena itu, melalui artikel ini dilihat bagaimana kompetensi komunikasi *guest service agent* dalam mendorong kepuasan para tamu Mh Hotel Ipoh, Malaysia guna mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus sebagai cara pandang penulis dalam menganalisis optimalisasi penggunaan Guest Comment Card dalam mendorong kepuasan komunikasi para tamu Mh Hotel Ipoh, Malaysia. Metode kualitatif adalah suatu metode yang secara khusus menghasilkan kekayaan data yang komprehensif mengenai sebuah masalah yang akan dibahas. Data kualitatif menyediakan kedalaman kerincian melalui pengutipan secara langsung dan deskripsi yang teliti mengenai kejadian, orang, interaksi, dan perilaku yang diamati (Patton, 2009: 5-6). Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik yang berarti bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata, seperti siklus kehidupan seseorang, perubahan lingkungan sosial, hingga proses-proses organisasional (Yin, 2006: 4). Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan Wawancara mendalam pada para Guest service agent, serta studi dokumentasi, dan studi kepustakaan terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan topik artikel ini.

Hasil dan Pembahasan

Menurut Soenarno (2006), *Guest Service Agent* adalah karyawan yang pertama kali menyambut dan memberi salam ke setiap tamu yang datang ke hotel, lalu mendaftarkan tamu, mencarikan kamar yang siap ditempati baik atas saran atau permintaan tamu, memberikan atau mengeluarkan kunci kamar, dan juga menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi di luar hotel. Berdasarkan pendapat (Robert J, 2004), jelas bahwa istilah apa pun yang dipakai untuk menyebut penerima tamu, dia adalah seseorang yang bekerja atau bertugas di Depan Hotel, Ia juga harus menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi lainnya di luar hotel. Setiap tamu yang menginap di hotel selalu ingin dilayani kebutuhannya, sehingga tercipta kepuasan bagi setiap pelanggan.

Guest service Agent memberikan salam pembuka kepada para tamu, dengan menggunakan bahasa non verbal yang mendukung. Bahasa Non verbal tersebut, seperti sikap badan, nada bicara, hingga raut muka (senyum). Selain itu, para *guest service agent* juga menjadikan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam melakukan pelayanan kepada tamu, misal menunjukkan identitas dan perkenalan diri sebelum menyapa para tamu yang datang.

Kepuasan para tamu juga dapat dilihat melalui penguasaan bahasa yang dimiliki para *guest service agent*, seperti penguasaan terhadap Bahasa Inggris, Bahasa Melayu, ataupun bahasa Tionghoa. Kemampuan dan keterampilan ini pula yang kemudian merefleksikan kompetensi para *guest service agent* dalam menghadirkan kepuasan para tamu. Definisi kepuasan pelanggan menurut (Kotler, 2003) ialah: Perasaan senang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan tamu hotel dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka tamu hotel tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka tamu hotel akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka tamu hotel akan merasa gembira dan sangat puas (Barnes, 2003). Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang berkaitan langsung dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan para tamu dalam memperoleh

informasi ataupun pelayanan.

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan beberapa cara, seperti melalui *Guest comment card*. Untuk mengukur tingkat kepuasan para tamu, biasanya manajemen hotel menggunakan media yang biasa disebut dengan "*Guest Comment Card*". *Guest Comment Card* merupakan suatu sarana atau media yang digunakan oleh manajemen sebuah hotel guna untuk mengevaluasi apakah Hotel sudah mencapai tujuan hingga melebihi keinginan bagi para tamu. Berdasarkan hasil wawancara, setidaknya ada sepuluh aspek yang dapat diukur dalam melihat kepuasan tamu yang menginap di Mh Hotel, yaitu Nilai untuk merekomendasikan hotel tersebut (*intent to recommend property*), Kepuasan keseluruhan terutama pada bagian *front office* (*overall satisfaction*), pengalaman *check-in* dan *check-out* (*check-in and check out experience*), pelayanan karyawan keseluruhan terutama pada bagian *front office* (*staff service overall*), perawatan dan pemeliharaan fasilitas hotel (*maintenance and upkeep*), kualitas makanan (*quality of food*), kualitas restoran (*restaurant quality*), kebersihan kamar (*room cleanliness*), kecepatan internet (*internet speed and performance*), dan penghargaan oleh tamu *vip* (*elite appreciation*).

Guest Service Agent yang merupakan petugas penerima tamu. Umumnya pada *Front Office* Hotel memiliki banyak istilah atau sebutan, ada yang menyebutkannya dengan istilah *Front Desk Agent*, *Front Desk Clerk*, dan *Receptionist Agent*, semua istilah yang disebut di atas sama artinya, hanya saja cara penyebutannya yang berbeda. Menurut Soenarno (2006) *Guest Service Agent* adalah karyawan yang pertama kali menyambut dan memberi salam ke setiap tamu yang datang ke hotel, lalu mendaftarkan tamu, mencari kamar yang siap ditempati baik atas saran atau permintaan tamu, memberikan atau mengeluarkan kunci kamar, dan juga menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi di luar hotel. Meskipun memiliki kemampuan dalam melakukan pelayanan terhadap tamu, para *Guest service agent* ini tidak jarang pula menemui hambatan dalam proses kerja mereka. Hambatan tersebut seperti perasaan emosi yang dimiliki para tamu, sehingga cenderung tidak sabar menerima dan menunggu penjelasan dari para *guest service agent*.

Guest service agent di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia juga merupakan petugas penerima tamu sekaligus menjadi telephone operator dan *reservation agent* yang berkewajiban untuk memenuhi seluruh kebutuhan tamu baik secara langsung maupun melalui telepon sampai dengan kebutuhan mengenai pemesanan kamar. Menurut (Colin & Baird, 1992), seorang *Guest Service Agent* hotel harus memerankan dirinya atau berperan sesuai dengan kata DRIPS (*Diplomat, Record Keeper, Information Source, Psychologist, dan Sales person*).

Seorang *Guest Service Agent* harus diplomatis dan mampu mengatakan sesuatu dengan cara lugas, efektif, dan ramah sehingga tamu tidak merasakan kecewa walaupun keinginannya tidak terpenuhi. Dengan demikian tamu dapat memahami dan maklum dengan suatu keadaan melalui penjelasan *Guest Service Agent* yang baik. *Record Keeper* (penyimpanan data) Kantor depan merupakan pusat kegiatan hotel dan tamu. Semua data tamu, baik yang sedang tinggal di hotel maupun yang sudah meninggalkan hotel, semua tersimpan/tercatat di kantor depan. Dengan demikian *Guest Service Agent* hanya mendistribusikan laporan-laporan tamu tersebut ke berbagai department yang ada di hotel. *Information Source* (sebagai sumber informasi) Oleh karena *Front Office* merupakan pusat kegiatan hotel, maka di mata tamu *Front Office* adalah wakil manajemen hotel secara keseluruhan. Untuk itu seorang *Guest Service Agent* harus dapat memahami atau menguasai informasi yang diperlukan oleh para tamu. *Psychologist* (sebagai seorang psikolog) Seorang *Guest Service Agent* harus selalu membiasakan diri untuk mengidentifikasi perilaku para tamu. Hal ini bermanfaat bagi *Guest Service Agent* untuk menentukan cara yang terbaik untuk berhubungan dengan tamu. *Sales Person* (sebagai seorang penjual) Tugas pokok seorang *Guest Service Agent* selain menyambut tamu yang tiba, adalah kemampuan menjual kamar dan fasilitas lainnya dalam hotel.

Berdasarkan konsep DRIPS diatas, *guest service agent* di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia tidak keseluruhan menerapkannya dalam proses operasional melainkan *guest service agent* di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia hanya menerapkan beberapa saja diantaranya; sebagai *record keeper*, *guest service agent* di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia menyimpan data-data tamu baik tamu yang sedang menginap maupun tamu yang sudah meninggalkan hotel. Sebagai *information source*, *guest service agent* di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia selalu menjadi sumber informasi baik untuk internal maupun external walaupun banyak informasi yang diperlukan oleh tamu dan tidak dimengerti oleh *guest*

service agent sehingga *guest service agent* harus mengkoordinasikannya kepada bagian *sales* dan *marketing*.

Untuk langkah-langkah pelayanan *guest service agent* pada Mh hotel telah menjalankan Job desk sesuai dengan teori Bagyono pada (Rahman, 2021), seperti mengucapkan salam dengan sopan, mengecek *log book* sebelum melakukan kegiatan pelayanan dan apabila ditemukan pesan, serta intruksi segera diselesaikan. Menjawab telepon masuk baik dari dalam hotel maupun luar hotel, memberi informasi secara jelas dan singkat, memeriksa semua pemesanan pada hari itu, memeriksa kamar untuk tamu biasa, tamu VIP, dan tamu rombongan, menangani tamu *check in* dan *check out*, menangani tamu yang pindah kamar, membuat laporan harian, menangani kunci kamar dan mengecek *room report*. Keseluruhan *job desk* tersebut merefleksikan kompetensi atau kemampuan komunikasi para *guest service agent* di Mh Hotel Ipoh dalam mendorong kepuasan tamu.

Kesimpulan

Guest service agent di MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia merupakan petugas penerima tamu sekaligus menjadi *telephone operator* dan *reservation agent* yang berkewajiban untuk memenuhi seluruh kebutuhan tamu. Untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu secara umum, pihak Mh Hotel menggunakan media yang berupa *Guest Comment Card*, *Guest Comment Card* ini merupakan suatu sarana yang digunakan oleh manajemen hotel guna mengevaluasi apakah MH Hotel Ipoh, Perak, Malaysia sudah mencapai tujuan atau bahkan melebihi keinginan bagi para tamu. Selain itu kepuasan para tamu juga dapat dilihat melalui penguasaan bahasa yang dimiliki para *guest service agent*, seperti penguasaan terhadap Bahasa Inggris, Bahasa Melayu, ataupun bahasa Tionghoa. Kemampuan dan keterampilan ini pula yang kemudian merefleksikan kompetensi para *guest service agent* dalam menghadirkan kepuasan para tamu. *Guest Service Agent* menunjukkan kompetensi komunikasi dalam hal pelayanan dengan cara menyambut dan memberi salam ke setiap tamu yang datang ke hotel, lalu mendaftarkan tamu, mencari kamar yang siap ditempati baik atas saran atau permintaan tamu, memberikan atau mengeluarkan kunci kamar, dan juga menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi di luar hotel. Meskipun memiliki kemampuan dalam melakukan pelayanan terhadap tamu, para *Guest service agent* ini tidak jarang pula menemui hambatan dalam proses kerja mereka. Hambatan tersebut seperti perasaan emosi yang dimiliki para tamu, sehingga cenderung tidak sabar menerima dan menunggu penjelasan dari para *guest service agent*.

Daftar Pustaka

- Bagyono. (2012). *Teori & Praktik Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- Colin, Dix & Baird, Chrish. (1992). *Front Office Operation*. UK; Pearson Education
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Patton, Michael Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Rahman, K. Y. (2021). *Adaptasi Kebiasaan Baru Guest Service Agent Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Hotel Berbintang Di Sulawesi Selatan*. Jurnal Ilmu Budaya Vol 9 No. 2 (2021)
- Robert J, M. (2004). *Peran Guest Service Agent Dalam Penanganan Daytripper Dimayang Sari Beach Resort Bintan Kepulauan Riau*. *Jom Fisip Vol. 4 No. 2*, 4.
- Rumekso. (2001). *Housekeeping Hotel*. Yogyakarta: Andi.
- Soenarno, Adi, (2006), *Front Office Management*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

- Spillane, J. (1993). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. (Kanasius, Red.) Yogyakarta: Cetakan Delapan.
- Wahab, Salah. (1992). *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Yin, Robert K. (2006). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Raja Grafindo: Jakarta.
- Yoeti, O.A. 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.