

KEPUASAN PERKHIDMATAN BAGI PELANGGAN DI KAUNTER- KAUNTER JABATAN PELAJARAN TERENGGANU.

EKHWAN BIN SAABAN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2005



**KEPUASAN PERKHIDMATAN BAGI PELANGGAN DI KAUNTER-
KAUNTER JABATAN PELAJARAN TERENGGANU.**

EKHWAN BIN SAABAN



**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK
MEMPEROLEHI IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN**

**FAKULTI PERNIAGAAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2005



PENGAKUAN

Saya mengaku disertasi ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya saya jelaskan sumbernya.

25.04.2005



Tandatangan
EKHWAN BIN SAABAN
200200783

DECLARATION

I hereby declare that the work in this dissertation is my own except for quotations and summaries which have been duly acknowledged.

25.04.2005



Signature
EKHWAN BIN SAABAN
200200783

PENGHARGAAN

Bersyukur ke hadrat Illahi kerana dengan limpah kurnia-Nya memberikan kesihatan dan kelapangan kepada saya untuk menyiapkan tugas ini. Semoga usaha ini menjadi amalan yang diberkati dan diredhai oleh Allah s.w.t.

Sesungguhnya dalam kesulitan menyiapkan tugas ini, banyak pihak yang turut berdiri di sebalik tabir dengan tujuan memberi dorongan, sokongan serta bantuan dalam menjayakan tugas ini.

Pertama sekali saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada pensyarah saya iaitu En. Mohd. Khairuddin Lim Abdullah kerana tidak jemu-jemu dalam memberi tunjuk ajar serta nasihat kepada saya sepanjang proses penyiapan disertasi ini. Tidak lupa juga ucapan terima kasih kepada ibu saya yang banyak memberi dorongan serta semangat untuk terus berusaha. Di samping itu, ribuan terima kasih juga kepada rakan-rakan yang telah sama-sama membantu saya dengan memberikan idea-idea yang bernas dan meyakinkan. Tidak ketinggalan juga setinggi-tinggi penghargaan terhadap Jabatan Pelajaran Terengganu (JPT) kerana membenarkan saya membuat kajian berkenaan terhadap kualiti perkhidmatan kaunter di jabatan tersebut.

Akhir sekali, sekali lagi, saya mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak yang terlibat dalam menjayakan projek ini. Sekian, Wassalam.....

ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk mengenalpasti tahap kepuasan pelanggan di kaunter-kaunter Jabatan Pelajaran Terengganu (JPT). Perkara yang paling penting pada hari ini adalah kepuasan hati pelanggan. Sekiranya pelanggan tidak berpuashati, mereka akan memberikan satu pandangan yang negatif terhadap mutu kerja sesebuah organisasi tersebut. Sekiranya sesebuah organisasi tidak berjaya memuaskan hati pelanggannya, segala tindakan yang organisasi lakukan untuk mencapai kualiti dan menawarkan perkhidmatan terbaik, tidak bermakna sama sekali. Di sini bolehlah dikatakan bahawa, kepuasan pelanggan adalah ialah tanggapan pelanggan bahawa harapan mereka telah dipenuhi ataupun melebihi apa yang dijangkakan. Matlamat utama organisasi sepatutnya ialah menghasilkan seseorang pelanggan yang sentiasa berpuashati dan setia bersama-sama organisasi. Justeru itu menyediakan perkhidmatan yang berkualiti tinggi dan perkhidmatan yang terbaik akan tercapai apabila organisasi menghitung matlamat utamanya. Apabila organisasi mempunyai suatu data hitungan atau nilai yang boleh disandarkan ke atas sesuatu sikap, sesebuah organisasi akan dapat melihat dengan jelas bagaimana sesuatu sikap itu mempunyai hubungan dengan prestasi diri dan organisasi. Cara meminta pelanggan menilai organisasi berdasarkan tahap kualiti dan perkhidmatan serta tahap kepuasan mereka, hampir-hampir menjamin bahawa organisasi akan bekerja keras untuk meningkatkan usahanya untuk mencapai misi dan visinya. Berdasarkan dapatan kajian yang telah dibuat, didapati bahawa nilai min atau nilai skor kepuasan pelanggan yang paling tinggi ialah dari aspek elemen nyata fizikal iaitu (4.4389), manakala aspek terendah ialah aspek nyata alatan (4.2370). Analisis deskriptif ini ialah dengan menggunakan program SPSS versi 11.0. Penilaian yang dilakukan menyebabkan orang ramai menikmati rasa kepuasan terhadap kejayaan yang telah dicapai. Penilaian juga boleh dijadikan asas untuk membentuk suatu sistem penganugerahan yang hanya boleh berjaya dilakukan sekiranya didasarkan kepada objektif tertentu dan data yang boleh dihitung. Keseluruhan daripada dapatan kajian ini menunjukkan kualiti perkhidmatan di JPT mencapai tahap kualiti yang telah ditetapkan.

ABSTRACT

The purposes of this thesis is to measure the level of customer satisfaction toward counter of Jabatan Pelajaran Terengganu (JPT). The most important thing nowadays is focusing on customer satisfaction. If customer unsatisfied, it will result a negative impression on quality service of an organization. Once the organization can't fulfill what their customer want, the organizations target to provide the best quality doesn't make any sense. So, the customer satisfaction can be define as performance or service provided can fulfill the customer's need and giving more than their expectation. All organization should have the main target which is to produce customer that will always satisfy and loyal to their company. Hence the high level of their quality service and the best customer service provided can be reached when the organization focus on their main objective. If organization have the tangible value against the attitude an organization can clearly measure how the attitude relate to personal an organizations performance. Service that require the customer to choose the organization based on level of quality and service and fulfill the customer satisfaction can be a medium of an organization to work harder and improve the service to reach the mission and vision. From the study that have been done, we can see that the min value or the highest customer satisfaction value come from apparent physical element (4.4389), while the lowest is from apparent equipment element aspect (4.2370). Analysis was done using SPSS version 11.0 program. Result of the evaluation summarize that most of people or customer satisfied with the achievement. As the conclusion, the evaluation can be the basic form to create awarding system that only can be done if organization focusing on certain target and the tangible value as well. It may be conclude that all aspect of organizational quality climate is goods.

KANDUNGAN

	Muka surat
PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xii
SENARAI SINGKATAN	xiii

BAB

1	PENDAHULUAN	
1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar belakang kajian	9
1.3	Penyataan masalah	12
1.4	Objektif kajian	13
1.5	Persoalan kajian	15
1.6	Batasan kajian	17
1.7	Definisi konsep	18
1.8	Kesimpulan	28

2 KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan	31
2.2 Konsep perkhidmatan	32
2.3 Definisi perkhidmatan	33
2.4 Kualiti perkhidmatan	34
2.5 Peningkatan kualiti	36
2.6 Kepuasan pelanggan	40
2.7 Model kepuasan pelanggan	40
2.8 Teori kepuasan Pelanggan	41
2.9 Optisma dan harapan	42
2.10 Faktor kejayaan	43
2.11 Pengurusan kualiti	46
2.12 Bentuk kajian yang telah dibuat	55
2.13 Kesimpulan	56

3 METODOLOGI

3.1 Pengenalan	57
3.2 Model kajian	58
3.3 Rekabentuk kajian	59
3.4 Pengumpulan data / instrument kajian	60
3.5 Persampelan	61
3.6 Prosedur kajian	61
3.7 Kajian rintis awal	63

3.8 Kajian rintis ke-2	65
------------------------	----

3.7 Kesimpulan dan alat pengukuran	66
------------------------------------	----

4 DAPATAN KAJIAN

4.0 Pengenalan	68
----------------	----

4.1 Persoalan kajian 1	70
------------------------	----

4.2 Persoalan kajian 2	73
------------------------	----

4.3 Persoalan kajian 3	76
------------------------	----

4.4 Persoalan kajian 4	78
------------------------	----

4.5 Persoalan kajian 5	81
------------------------	----

4.6 Persoalan kajian 6	84
------------------------	----

4.7 Persoalan kajian 7	87
------------------------	----

4.8 Persoalan kajian 8	90
------------------------	----

4.9 Kesimpulan	93
----------------	----

5 KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Pengenalan	95
----------------	----

5.2 Ringkasan kajian	96
----------------------	----

5.3 Kesimpulan	97
----------------	----

5.4 Implikasi cadangan	99
------------------------	----

5.5 Cadangan	104
--------------	-----

RUJUKAN	106
---------	-----

LAMPIRAN	111
----------	-----

SENARAI JADUAL

Muka surat

1. Jadual kajian rintis 1	64
2. Jadual kajian rintis 2	65
3. Jadual persoalan kajian 1	70
4. Jadual persoalan kajian 2	73
5. Jadual persoalan kajian 3	76
6. Jadual persoalan kajian 4	78
7. Jadual persoalan kajian 5	81
8. Jadual persoalan kajian 6	84
9. Jadual persoalan kajian 7	87
10. Jadual persoalan kajian 8	90
11. Jadual skor min	93
12. jadual tahap piawaian kajian (kesimpulan kajian)	97

SENARAI RAJAH

Muka surat

1. Rajah barisan hadapan kualiti perkhidmatan	7
2. Rajah persaingan berasaskan kualiti	47
3. Rajah komponen-komponen model kajian	58
4. Elemen Nyata – Alatan	74
5. Elemen Nyata – Personel	77
6. Elemen Nyata – Komunikasi	80
7. Elemen Kebolehpercayaan	84
8. Elemen Sambutan	86
9. Elemen Jaminan	88
10. Elemen Kesefahaman / Daya tanggapan)	91

SENARAI SINGKATAN

1. **JPT** – Jabatan Pelajaran Terengganu
2. **TQM** - Pengurusan Kualiti Menyeluruh
3. **KMK** - Kumpulan Meningkatkan Mutu Kerja

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Sehingga kini kerajaan telah memperkenalkan pelbagai program peningkatan kualiti di dalam perkhidmatan awam yang bertujuan untuk mempertingkatkan tahap kualiti dalam memberikan perkhidmatan kepada pelanggan. ***Program-program seperti Peningkatan Kualiti Perkhidmatan Kaunter, Pengurusan Kualiti Menyeluruh (TQM) dan Kumpulan Meningkatkan Mutu Kerja (KMK) merupakan sebahagian daripada program peningkatan mutu kerja yang telah diperkenalkan.*** Memang kita akui setakat ini pencapaian agensi-agensi Perkhidmatan Awam amat menggalakkan, namun banyak lagi yang harus dilaksanakan oleh agensi-agensi kerajaan untuk mengamalkan satu sistem pengurusan kualiti yang universal dan berlandaskan standard yang diiktiraf di peringkat antarabangsa. Sebelum ini pun Perdana Menteri Malaysia pernah menyeru supaya agensi-agensi kerajaan melangkah setapak lagi bagi menyesuaikan masyarakat kita dengan masyarakat

dunia yang telah maju di dalam persaingan pasaran antarabangsa. Dengan itu beliau menyeru agensi-agensi kerajaan supaya mengamalkan standard sistem kualiti ISO 9000.

Pada dasarnya, sesebuah organisasi melaksanakan ISO 9000 untuk mencapai matlamat-matlamat seperti:

- Memenuhi hasrat pelanggan yang inginkan organisasi mereka melaksanakan ISO 9000 untuk lebih menyakinkan pelanggan yang bakal membeli produk mahupun perkhidmatan yang dikeluarkan oleh agensi.
- Menjadikan ISO 9000 sebagai garis panduan atau matlamat bagi usaha-usaha penambahbaikan dan peningkatan sistem kualiti dalam sesebuah organisasi dalam usaha mempertingkatkan tahap kecekapan serta keberkesanan organisasi tersebut.
- Dalam konteks Perkhidmatan Awam, usaha untuk menghasilkan sistem kualiti yang cekap dan berkesan seharusnya menjadi daya penggerak bagi agensi-agensi Kerajaan melaksanakan ISO 9000. Standard sistem kualiti ISO 9000 mewujudkan sistem pengurusan kualiti yang mempunyai prinsip-prinsip berikut:

- Pencegahan ataupun langkah awal untuk mengelakkan masalah yang dijangkakan akan berlaku;
- Semua kerja adalah merujuk kepada dasar dan prosedur yang telah didokumenkan;
- Mewujudkan sistem bekerja yang stabil serta menepati prinsip betul pertama kali dan dipraktikkan seterusnya;
- Sentiasa membuat semakan dan kajian ke atas setiap proses yang dilalui dan
- Mengutamakan penyimpanan rekod kualiti untuk membuktikan tindakan-tindakan yang telah dilaksanakan.

Sistem kualiti yang diwujudkan berasaskan prinsip-prinsip di atas akan meningkatkan lagi keupayaan pihak pengurusan membuat keputusan dengan tepat, mengawal input-input yang digunakan dalam proses, mengawal kos kualiti bagi kerja-kerja yang berulang, mengelakkan pembaziran dan meningkatkan produktiviti.

1.1.1 Apakah itu ISO 9000 ?

ISO 9000 telah ditubuhkan pada tahun 1987 oleh Organisasi Penyeragaman Antarabangsa (International Organization for Standardization) di Geneva. Sehingga kini, lebih daripada 90 buah negara telah mengamalkan ISO 9000 sebagai asas panduan di dalam sistem pengurusan kualiti. ISO merupakan sebuah badan bersekutu yang menggabungkan organisasi dari seluruh dunia yang bertanggungjawab mewujudkan standard di negara masing-masing. Pewujudan ISO 9000 bertujuan memastikan setiap produk dan perkhidmatan yang dihasilkan oleh negara-negara ahli diiktiraf di peringkat antarabangsa (global acceptance).

ISO 9000 merupakan satu standard rujukan yang menetap dan menerangkan prinsip-prinsip asas yang perlu ada dalam sistem kualiti bagi memastikan setiap perkhidmatan yang diberikan oleh sesebuah organisasi dapat memenuhi kehendak serta memenangi hati setiap pelanggan. Perlaksanaan standard bagi sistem ini akan memastikan bahawa produk serta perkhidmatan yang dihasilkan bertepatan dengan spesifikasi yang telah ditetapkan untuk produk atau perkhidmatan tersebut.

Di dalam pelaksanaan ISO 9000 ada empat prinsip penting yang harus dititikberatkan. Pertama, ISO 9000 adalah standard bagi sistem kualiti dan bukannya

standard untuk perkhidmatan atau produk yang dihasilkan. Standard untuk produk tersebut menetapkan ciri-ciri bagi produk berkenaan. Kedua, ISO 9000 adalah berbentuk dokumentasi iaitu dokumenkan apa yang dibuat, kemudian buat apa yang didokumenkan dan seterusnya buktikan. Ketiga, ISO 9000 memberi penekanan kepada pencegahan dan bukan kepada penyelesaian masalah. Akhir sekali, ISO 9000 adalah satu standard antarabangsa kerana ianya hanya menggariskan keperluan-keperluan asas sahaja. Dengan kata lain, ia hanya menghuraikan apa yang perlu diadakan dan tidak bagaimana hendak membuatnya. (*"Seminar ISO 9000 Untuk Pengurusan Atasan" – Kuching, 2004*).

1.1.2 ISO 9000 dan TQM : Apakah Hubungan Di antaranya ?

TQM adalah satu proses pengurusan kualiti yang berpandukan falsafah kualiti yang berorientasikan pelanggan, beroperasi secara berterusan, melibatkan semua aspek dalam organisasi dan memberi penekanan kepada kerja berpasukan. Antara aspek-aspek utama organisasi yang menjadi tumpuan TQM ialah aspek sokongan pengurusan, perancangan strategik kualiti dan pengurusan proses. Sementara itu, ISO 9000 menyediakan asas yang kukuh bagi pelaksanaan Pengurusan Kualiti Menyeluruh (TQM). Ia memberi penekanan kepada aspek-aspek yang terdapat dalam TQM, terutamanya dari segi aspek pengurusan proses.

Sistem kualiti dan sistem kepastian kualiti yang diwujudkan melalui pelaksanaan ISO 9000 akan meningkatkan keberkesanan dan kecekapan pengurusan proses yang diberi tumpuan oleh TQM. Dengan demikian, pelaksanaan ISO 9000 boleh memantapkan usaha-usaha ke arah pelaksanaan TQM.

1.1.3 Adakah ISO 9000 Dalam Perkhidmatan Awam Perlu ?

Di dalam matlamat kita untuk menjadi sebuah negara perindustrian, tenaga-tenaga profesional terutama sekali pihak pengurusan amatlah diperlukan di dalam rancangan kerja yang lebih strategik. Di samping itu, kekurangan tenaga profesional sedikit sebanyak telah menimbulkan kebuntuan kepada jentera pembangunan kerajaan. Untuk menggunakan tenaga profesional yang kita sedia ada dengan optimanya, kerajaan telah mengesyorkan agar agensi-agensi kerajaan mengamalkan ISO 9000. Dengan pelaksanaan program ini beberapa feadah dapat diperolehi termasuklah:

- mengelakkan serta mengurangkan kerja-kerja pembetulan yang membabitkan pihak pengurusan misalnya dalam aktiviti operasi harian organisasi. Ini kerana semua kakitangan telah diperuntukkan dengan garis panduan serta konsep kerja yang tepat dan lengkap.
- membolehkan organisasi mengenalpasti tugas-tugas yang bakal dilakukan serta mengkaji setiap langkah yang akan diambil. Ini dilakukan melalui perancangan yang sistematik sebelum melaksanakan sesuatu tugas dengan penyediaan prosedur, standard serta garis panduan bagi membantu kakitangan mengenalpasti tugas yang sebenar.
- membantu dalam keadaan penyimpanan maklumat yang teratur mengenai sistem pengurusan serta cara-cara bekerja yang kemaskini yang boleh dijadikan asas kepada program latihan dan peningkatan prestasi kerja.
- mengenalpasti, mengatasi serta mengelakkan segala masalah yang berulang. Ini dilakukan dengan mewujudkan langkah-langkah bagi mengenalpasti tindakan-

tindakan yang tidak mematuhi amalan-amalan serta spesifikasi yang telah ditetapkan.

- membolehkan organisasi membuktikan kepada pihak yang membuat penilaian ke atas organisasi tersebut tentang kualiti produk dan sistem perkhidmatan yang dihasilkan.
- membolehkan pihak pengurusan membuat keputusan dengan lebih tepat berdasarkan maklumat-maklumat penting hasil daripada audit dalaman, semakan pengurusan dan kawalan maklumat.
- membolehkan kakitangan melakukan kerja-kerja mereka dengan betul pada kali pertama dan seterusnya. Ini dilakukan dengan mengamalkan arahan tugas, kawalan yang berkesan, sumber maklumat yang cukup, latihan, dorongan serta persekitaran kerja yang memberangsangkan.

1.1.4 Faktor Kepimpinan – Memahami Pelanggan

Definisi Kepuasan Pelanggan :

Kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran tentang bagaimana prestasi keseluruhan “produk” di dalam sesebuah organisasi dalam menilai keperluan pelanggan. Dalam kata lain, adakah organisasi dapat memenuhi apa yang pelanggan inginkan?

1.1.5 Kajian Kepuasan Pelanggan – Kenapa melakukannya?

Walaupun dilihat Anugerah Kualiti Kebangsaan Malcom Baldrige dan kebanyakan syarikat penerbitan menitikberatkan tentang kepentingan dalam memastikan kepuasan pelanggan, namun sesetengah keputusan tidak yakin terhadap tindak balas pelanggan. Di sini akan dibincangkan beberapa faedah yang diperoleh dalam menjalankan kajian terhadap kepuasan pelanggan dan menjelaskan bagaimana tindak balas pelanggan ini boleh digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualiti bahagian dasar.

Rajah 1 : Di sebalik barisan hadapan kualiti perkhidmatan sesebuah organisasi.



Pemimpin syarikat yang berjaya bekerja untuk membina syarikat yang dapat memupuk rangkaian jangka masa panjang seperti yang digambarkan dalam rajah di atas, setiap langkah adalah penting untuk mengenal pasti tahap faedah dan peningkatan mutu perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan.

1.1.6 Kepuasan Pelanggan – Tidak Bernilai?

Dalam dunia perniagaan, menilai kepuasan pelanggan telah menjadi sesuatu yang biasa sebagaimana kewujudan pesanan suara dan komputer riba.

Menurut kajian yang dilaksanakan pada 1998, oleh Bain Sa Co; 80% daripada semua syarikat mengumpul maklumat berkaitan kepuasan pelanggan. Namun, keputusan yang diperoleh tidak menggembirakan di mana maklumat kepuasan pelanggan tidak menepati hubungkait dengan kesetiaan pelanggan, jualan atau keuntungan. Oleh itu, apakah kebaikan menilai kepuasan pelanggan?

Jawapannya mengelirukan dalam memahami perbezaan antara kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan.

Definisi kepuasan pelanggan yang paling diterima pakai ialah penilaian pelanggan terhadap pelaksanaan pelanggan terhadap pelaksanaan produk atau layanan di bandingkan dengan anggapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian berkaitan pengalaman pelanggan, oleh itu tidak banyak maklumat mengenai aktiviti perkhidmatan atau pembelian pada masa hadapan. Ia lebih fokus kepada spesifikasi tawaran terkini pembekal, oleh yang demikian, ia dapat memberi sedikit maklumat tentang apa yang bakal dibeli pelanggan pada masa hadapan, dan daripada siapa mereka ingin membuat pembelian tersebut. Tambahan pula, kepuasan pelanggan menfokuskan secara terperinci tentang produk dan layanan, oleh itu, kebanyakan elemen yang memerlukan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, seperti harga tidak diambil kira.

Nilai pelanggan didefinisikan sebagai penilaian pasaran tentang semua faedah dan kos penggunaan sesuatu produk atau layanan. Pengertian mempunyai signifikan yang

berbeza jika dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Dalam memastikan nilai pelanggan, fokusnya adalah kepada “faedah” pelanggan berbanding kepada “produk dan layanan”.

Perbandingan kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan:

- *Kepuasan pelanggan* : Menyediakan maklumat mengenai “Bagaimana untuk melakukan”
- *Nilai pelanggan* : Menyediakan maklumat mengenai “Apa yang patut dilakukan?”

1.2 Latarbelakang organisasi yang dikaji

Organisasi yang dikaji adalah Jabatan Pelajaran Negeri Terengganu yang beralamat di Jalan Bukit Kecil, Kuala Terengganu. Lokasinya adalah di Bandar Kuala Terengganu. Jumlah kakitangannya adalah seramai 230 orang yang terdiri daripada pegawai dan kakitangan bawahan.

Jabatan Pelajaran Negeri Terengganu terdiri daripada beberapa sektor yang berada di bawahnya, iaitu :

1. Sektor Pengurusan Akademik
2. Sektor Pengurusan Sekolah
3. Sektor Pengurusan Sumber Manusia
4. Sektor Pengurusan Pendidikan Islam dan Moral

Perkhidmatan yang diberikan adalah seperti : penempatan guru-guru, pengambilan guru siswazah tidak terlatih (GSTT), pendaftaran peperiksaan, latihan kepada para guru, urusan kewangan dan lain-lain lagi.

1.2.1 Pernyataan Wawasan Jabatan Pendidikan Negeri Terengganu

Bahawa sesungguhnya Wawasan Pelajaran Terengganu ialah untuk menuju ke arah kesempurnaan pencapaian matlamat pendidikan melalui Falsafah Pendidikan Kebangsaan.

1.2.2 Pernyataan Misi Jabatan Pelajaran Negeri Terengganu

Bahawa sesungguhnya Misi Jabatan Pelajaran Terengganu ialah untuk meningkatkan kecekapan dan keberkesanan pelaksanaan semua program dan aktiviti pendidikan untuk melahirkan insan yang berilmu, beramal solih dan berakhlak mulia.

1.2.3 Ikrar Kualiti Jabatan Pendidikan Negeri Terengganu

Memperkasakan Akal

Pemikiran disuburkan, berdasarkan dua cabang ilmu, iaitu ilmu yang berteraskan 'revealed knowledge' yang bersumberkan rujukan wahyu dan ilmu capaian pemikiran manusia melalui 'achieved knowledge'.

Memperkasakan Budi

Membina adab hasil terjemahan maksud Sabda Rasulullah s.a.w. riwayat Al-Asy'ari.
'Tuhanku Telah Mendidikku, Maka Eloklah Adab Perangaiku'

Objektif Agenda Memperkasakan Akal Budi

- Mewujudkan tahap profesionalisme yang tinggi di kalangan warga pendidikan serentak memantapkan lagi kualiti pendidikan Terengganu.
- Memastikan setiap orang guru adalah 'professionally busy/committed' terhadap profesion.
- Memantapkan lagi pemaufakatan, perpaduan, iklim kerja dan setia akur warga pendidikan kepada kepimpinan pendidikan negara.
- Mengangkat tinggi kecemerlangan akademik, kokurikulum, sukan, pembangunan sahsiah dan kesejahteraan diri pelajar.
- Memartabatkan pendidikan Terengganu.

1.3 Pernyataan Masalah

Suhana Saad (2000), sektor awam seringkali dikaitkan dengan birokrasi yang membawa kepada pelbagai kelemahan dalam pengurusanannya. Hal ini juga dikaitkan dengan pengaruh penggunaan kertas yang membawa kepada kelambatan dalam sesuatu urusan. Selaras dengan kemajuan di bidang teknologi maklumat dunia kini, kualiti perkhidmatan awam juga harus ditingkatkan. Oleh itu, pengenalan kepada kerajaan elektronik pada tahun 1997 memang tepat pada masanya. Perlaksanaan kerajaan elektronik ini diharap dapat mewujudkan pentadbiran awam yang berkualiti terutamanya di kaunter-kaunter perkhidmatan.

Menurut Muhammad Nasri Md Hussain, Ishak Abd Rahman, Jumaat Meon, Azmi Abdul Manaf (2001), Pengurusan Kualiti adalah suatu isu yang sangat penting dalam mana-mana organisasi bagi mencapai matlamatnya. Dalam memasuki abad ke 21 ini aspek kualiti mesti dititikberatkan oleh semua pihak. Organisasi yang mengabaikan aspek ini akan ditinggalkan oleh para pesaing dan pelanggannya. Pengurusan kualiti adalah tugas dan tanggungjawab semua pihak. Pengurus perlu memastikan prestasi kualiti organisasi sentiasa pada tahap yang cemerlang kerana sebarang kecacatan dan kekurangan dalam organisasi akan memberi kesan kepada perkhidmatan mahupun produk organisasi. Para pengurus patut memahami sistem pengurusan kualiti organisasinya. Tanpa adanya pengetahuan yang jelas mengenainya mereka tidak akan dapat menjalankan tugas dan tanggungjawab mereka dengan baik dan berkesan.

Untuk itu semua organisasi mempunyai matlamatnya sendiri seperti kesempurnaan pencapaian matlamat, inovasi, kepuasan pelanggan dan sebagainya.

Piawaian Prestasi adalah satu tahap prestasi yang hendak dicapai oleh organisasi bagi mencapai matlamatnya. Ia boleh dijadikan sebagai kayu pengukur kepada pencapaian sesuatu aktiviti atau perkhidmatan atau sesuatu produk itu sama ada telah mencapai tahap yang diinginkan atau sebaliknya. Ia juga boleh dijadikan rujukan kepada perkara yang hendak dilakukan. Selalunya *piawai* adalah sesuatu yang mencabar dan dititikberatkan dalam peningkatan produktiviti berbanding dengan persembahan yang lepas. Piawaian boleh dibuat dalam berbagai-bagai bentuk asalkan boleh memenuhi matlamat organisasi. Oleh itu proses penetapan piawaian ini haruslah selari dengan matlamat sedia ada organisasi itu sendiri.

1.4 Objektif Kajian

Kajian yang dijalankan bertujuan untuk mengetahui dan mengenalpasti samaada perkhidmatan yang diberikan oleh kaunter-kaunter di Jabatan Pelajaran Terengganu telah mencapai piawaian yang telah ditetapkan serta memberi kepuasan kepada pelanggan atau sebaliknya.

Kajian ini adalah berdasarkan bentuk kajian yang telah dibuat oleh satu pasukan dari USA yang terdiri daripada Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1990) telah menjalankan kajian yang menunjukkan bahawa pelanggan membentuk persepsi ke atas kualiti daripada elemen-elemen perkhidmatan di bawah:

1. *Nyala*: Bentuk kemudahan fizikal, alatan, personel dan komunikasi.
2. *Kebolehpercayaan*: Kemampuan untuk menyediakan perkhidmatan yang dijanjikan dengan baik.
3. *Sambutan*: Bersedia untuk membantu pelanggan dan memberikan perkhidmatan dengan cepat.
4. *Jaminan*: Pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuan mereka dalam meyakinkan pelanggan.
5. *Kesefahaman*: Layanan mesra yang diberikan oleh sesebuah syarikat secara individu kepada pelanggan.

Apabila pelanggan diarah untuk menilaikannya, kelima-lima dimensi tersebut telah dianggap kritikal. Satu daripada dimensi terpenting di dalam semua sektor perkhidmatan adalah *kebolehpercayaan*. Melanggar perjanjian perkhidmatan merupakan punca terpenting yang membawa kepada kegagalan pemberian perkhidmatan kepada pelanggan. Kebolehpercayaan perkhidmatan adalah sebahagian daripada teras untuk semua pelanggan. Salah satu daripada peluang terbaik untuk memperbaiki kebolehpercayaan adalah dengan cara memeriksa proses pemberian perkhidmatan secara mingguan. Ini boleh dilakukan melalui analisis terhadap rungutan atau berbincang dengan pekerja yang terlibat dalam memberi perkhidmatan yang berkaitan. Sebagai tambahan dalam menilai kawasan yang diambilkira oleh pelanggan, kajiselidik telah dijalankan bagi membantu dalam memastikan ukuran prestasi bagi sesebuah syarikat atau sesebuah organisasi dapat dicapai dengan meletakkan keperluan minimum pelanggan.

1.5 Persoalan Kajian

1. Adakah elemen nyata (fizikal) di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
2. Adakah elemen nyata (alatan) di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
3. Adakah elemen nyata (personel) di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
4. Adakah elemen nyata (komunikasi) di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
5. Adakah elemen-elemen kebolehpercayaan di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
6. Adakah elemen sambutan di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
7. Adakah elemen jaminan di dalam perkhidmatan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?
8. Apakah tanggapan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan organisasi mencapai tahap kualiti piawaian yang ditentukan ?

1.6 Kepentingan Kajian

Kajian ini berguna kepada Jabatan Pelajaran Negeri Terengganu untuk mengetahui tahap kualiti perkhidmatan yang ditawarkan terutamanya di kaunter-kaunter perkhidmatan di

Jabatan tersebut. Menerusi dapatan kajian ini nanti, pihak jabatan dapat merangka pendekatan sendiri untuk mempergunakan keseluruhan sumber-sumber yang ada untuk meninggikan lagi kualiti perkhidmatan demi memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Di peringkat Kementerian Pendidikan pula, indeks ini menjadi rujukan utama untuk menilai samada adakah sesebuah jabatan di bawahnya itu telah mencapai tahap piawaian yang dikehendaki atau sebaliknya di dalam menawarkan perkhidmatan kepada pengguna dan bagaimana kaitannya terhadap pencapaian pelajar di dalam bidang akademik serta ko-kurikulum.

Kejayaan jabatan dan institusi di bawah Kementerian Pendidikan ini dalam usaha memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan dapat dijadikan sebagai model dalam mewujudkan perkhidmatan awam yang berkualiti dengan penampilan tahap kecekapan, keberkesanan, dinamisme dan inovatif yang tinggi. Kesan jangka panjangnya pula, indicator ini menjadi pengukur kepada pencapaian kualiti perkhidmatan pelanggan seterusnya ialah pencapaian pengiktirafan di peringkat antarabangsa.

Menurut Pengarah Bahagian Perundingan, Jabatan Perkhidmatan Awam, En. Tey Boon Hwa (1997), dalam era globalisasi kakitangan awam perlulah bersikap positif, proaktif dan berfikiran terbuka. Anggota perkhidmatan awam perlu membuat persediaan yang cukup bagi mengelakkan berlakunya kelumpuhan paradigma yang menyekat para anggota perkhidmatan awam daripada terus mencipta pembaharuan. Reformasi perkhidmatan awam mempunyai beberapa matlamat tertentu. Antaranya ialah :

1. Mewujudkan perkhidmatan awam yang berkualiti dengan penampilan tahap kecekapan, dinamisme, inovatif yang tinggi serta keberkesanan dalam setiap tugas.
2. Perkhidmatan awam yang berdisiplin *with the highest standard of integrity*.
3. Perkhidmatan awam yang *action-oriented, people-oriented serta customer-focused*.
4. Perkhidmatan awam yang sentiasa memikirkan tentang pembangunan yang berterusan pada masa hadapan. (*Berita INTAN, Mei-Jun 1997*)

1.7 Batasan Kajian

Kajian yang dijalankan ini hanya memberi tumpuan terhadap kepuasan perkhidmatan bagi pelanggan di kaunter-kaunter Jabatan Pelajaran Negeri Terengganu sahaja. Selain daripada kualiti perkhidmatan kaunter, program peningkatan kualiti di dalam perkhidmatan awam yang lain ialah pengurusan kualiti menyeluruh (TQM) dan Kumpulan Meningkatkan Mutu Kerja (KMK).

Responden terdiri daripada Guru Besar sekolah yang menghadiri seminar kepimpinan yang dianjurkan oleh Unit Latihan, Jabatan Pelajaran Terengganu yang

bertempat di Hotel Park Royal, Terengganu. Seramai 181 responden berjaya diperolehi datanya daripada 250 peserta yang hadir.

Pelanggan yang datang ke Jabatan Pelajaran Terengganu adalah bermusim, terutamanya semasa pendaftaran peperiksaan, permohonan Guru Sandaran, Guru Sandaran Siswazah Tidak Terlatih (GSTT) dan permohonan menyambung pengajian di institusi pengajian Tinggi yang mempunyai tarikh atau jangka masa yang telah ditetapkan. Sementara urusan lain yang sering terdapat ialah pertukaran pelajar antara negeri atau pertukaran pelajar dalam negeri, permohonan pertukaran tempat bertugas bagi guru, tuntutan elaun kerja dan lain-lain lagi.

1.8 Definisi Konsep

1.8.1 Perkhidmatan.

Solomon and Stuart (1997) mendefinisikan '*Perkhidmatan*' sebagai tindakan, usaha, iktiar atau pencapaian yang tidak dikendalikan atau diuji terlebih dahulu ke atas pembelian dan adalah pertukaran daripada pengeluar kepada pengguna tanpa pemilikan kepada pengguna. Perkhidmatan boleh juga didefinisikan sebagai tindakan untuk mencapai matlamat samaada ianya menyediakan keseronokan, informasi, keselesaan atau lain-lain keperluan pelanggan. Perkhidmatan adalah sesuatu yang tidak dapat dirasa, dipegang, dihidu atau dibungkus didalam kotak dengan cantik untuk menarik pelanggan.

Kotler (2000) menyatakan bahawa '*Perkhidmatan*' adalah aktiviti atau faedah yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain secara dasarnya agak abstrak dan tidak

memberi pemilikan kepada sesiapa yang mendapat perkhidmatan itu. Kotler juga menyatakan bahawa '*perkhidmatan*' adalah mana-mana tindakan atau pencapaian dimana satu pihak membuat tawaran kepada pihak lain pada asasnya tidak kelihatan dan ianya tidak memberi apa-apa pemilikan kepada penerima perkhidmatan itu.

Perkhidmatan mempunyai ciri-ciri penting seperti iaitu tidak dapat dirasa atau dipegang. Ini bermakna perkhidmatan yang diberi kepada pengguna tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau dihidu sebelum dibeli. Perkhidmatan berlainan dengan produk yang dijual dikedai. Ini adalah kerana sesuatu produk akan menjalani satu proses dimana selepas dikeluarkan dari kilang ianya akan dimasukkan ke dalam stor sebelum dijual kepada pengguna. Sebaliknya, perkhidmatan dijual terlebih dahulu, dikeluarkan dan pada masa yang sama dibeli oleh pengguna.

Selain itu, perkhidmatan tidak dapat dipisahkan daripada pemberi khidmat, samada ianya pekerja atau mesin. Jika pekerja memberi perkhidmatan, maka pekerja itu sebahagian daripada perkhidmatan. Perkhidmat dan pengguna memberi kesan dalam perkhidmatan yang dikeluarkan. Kepelbagaian dalam perkhidmatan bermaksud kualiti perkhidmatan bergantung kepada siapa yang memberi perkhidmatan, bila, di mana dan bagaimana ianya mengendalikan perkhidmatan itu. Sesebuah syarikat yang menyediakan perkhidmatan boleh mengambil beberapa langkah untuk mengurus kepelbagaian perkhidmatan. Syarikat boleh memberi kursus dan melatih pekerja mereka dalam memberi perkhidmatan yang baik. Syarikat yang mementingkan kualiti perkhidmatan boleh memberi ganjaran seperti memberi bonus atau penganugerahan kepada pekerja yang cemerlang berpanduan kepada tindakbalas yang diberi oleh pengguna.

1.8.2 Kualiti Perkhidmatan

Berpandukan kepada “*International Organization for Standardization (ISO)*”, Kualiti didefinisikan sebagai sifat dan karakter sesuatu produk atau perkhidmatan yang sepenuhnya bergantung kepada keupayaannya untuk memuaskan kehendak pengguna yang telah tercatat pada polisi syarikat atau yang tersirat.

Walaupun Lovelock (1996) menyatakan bahawa oleh kerana perkhidmatan adalah perbuatan atau tindakan dan ianya adalah bahagian yang agak nyata yang diperolehi oleh pengguna, ianya lekas rosak dan tidak tiada stok. Walaupun, kemudahan, barang-barang dan pekerja perlu wujud dalam membentuk satu perkhidmatan. Akan tetapi ini sesuatu yang mudah untuk menggambarkan keperluan pengeluaran tidak kepada keperluan produk itu sendiri. Bila permintaan melebihi keperluan, pengguna akan kecewa kerana tiada stok yang disimpan untuk

 05-4506832
pengguna. pustaka.upsi.edu.my Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah PustakaTBainun ptbupsi

Ini adalah satu tugas penting kepada pemasar perkhidmatan, oleh itu ianya perlu untuk mencari satu jalan untuk selarikan keperluan dengan permintaan. Kebanyakan perkhidmatan diberi dengan segera pada pengguna. Ianya tidak mengambil masa sehingga beberapa hari. Pengguna perlu hadir pada masa itu untuk menerima perkhidmatan yang diberi daripada organisasi seperti penerbangan, hospital, salun rambut dan juga restoran. Oleh itu, kadar berapa lama pengguna sanggup untuk menunggu memainkan peranan penting. Selanjutnya itu perkhidmatan mesti diberi dengan cepat untuk mengelak pengguna daripada membazir masa. Jika perkhidmatan diambil alih oleh pekerja di belakang pejabat, pengguna masih mempunyai pengharapan bagaimana tugas

itu perlu diselesaikan walaupun hanya sebagai contoh memperbaiki mesin, membuat laporan kajian, dobi atau menyiapkan dokumen undang-undang.

Kualiti Perkhidmatan didefinisikan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985)(1988), sebagai pengadilan secara menyeluruh atau sikap yang menjurus kepada perkhidmatan yang terbaik dan ramai penyelidik menyatakan kualiti perkhidmatan adalah ukuran sejauh mana tahap perkhidmatan yang diberi dapat dipadankan dengan harapan pengguna dan memberi perkhidmatan yang berkualiti bermakna harapan pengguna dan perkhidmatan yang diberi mempunyai kesamaan dan selari.

1.8.3 IMEJ ORGANISASI.

Imej sesebuah organisasi banyak bergantung kepada khidmat pelanggannya. Usaha yang gigih dalam membentuk nama organisasi dengan kos yang besar akan sia-sia begitu sahaja tanpa mendapat sokongan daripada pelanggannya. Ada sesetengah pendapat mengatakan khidmat pelanggan adalah tanggungjawab bahagian hubungan pelanggan atau perhubungan awam yang ditubuhkan dalam setiap organisasi. Hal ini adalah satu tanggapan yang salah dan meleset sama sekali kerana hubungan pelanggan adalah tanggungjawab semua anggota dalam sesebuah organisasi untuk meningkatkan imej organisasi tersebut.

Kejayaan sesebuah organisasi sama ada yang besar mahupun yang kecil adalah bergantung kepada pelanggan. Pelanggan tidak akan kembali melainkan mereka mendapat khidmat secara professional dan berbudi bahasa. Hal ini adalah secocok dengan pepatah Inggeris “You can never get a second chance to make a good first impression”.

Sesiapa juga yang berhubung terus dengan pelanggan mementingkan kepercayaan yang tidak berbelah bagi. Reputasi perkhidmatan pelanggan yang dibina atas dasar kepercayaan dan rasa tanggungjawab bagi pihak organisasi. Sebenarnya, khidmat pelanggan yang berkualiti dan cemerlang akan menentukan tahap pengekatan dan penambahan pelanggan sesebuah organisasi

Profesionalisme dalam khidmat pelanggan bukanlah satu bakat yang diwarisi turun-temurun malah ia merupakan satu kemahiran yang boleh dipelajari oleh semua orang yang mementingkan kejayaan berkekalan untuk organisasinya. Malah, kewujudan organisasi kita sendiri adalah bertujuan untuk mewujudkan pelanggan.

1.8.4 PERUBAHAN DALAM PARADIGMA KHIDMAT PELANGGAN

Cabaran dalam membentuk kecemerlangan khidmat pelanggan dalam “Era Pelanggan” pada alaf baru ini menjadi lebih kompleks dan mencabar kepada organisasi yang berorientasikan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh perubahan paradigma pemikiran pelanggan. Terdapat beberapa faktor yang menyumbang kepada fenomena ini seperti kelembapan ekonomi, bertambahnya persaingan, dan kemajuan teknologi. Kesemua ini jika tidak ditangani dengan berkesan akan membawa kepada kehancuran sesebuah organisasi.

Khidmat pelanggan yang telah menjadi begitu penting sehingga ada organisasi menjadikannya sebagai fungsi utama dalam perjalanan keseluruhan organisasi. Pada hari ini khidmat pelanggan bukan hanya dititikberatkan oleh sector perniagaan sahaja malahan sektor perkhidmatan juga telah menilai semula pencapaian khidmat pelanggan mereka.

Kecemerlangan sesebuah organisasi bukan hanya dipandang dari segi nama sahaja malah mutu keluaran dan kualiti khidmat pelanggan juga diutamakan.

1.8.5 ANALISIS DIRI

Khidmat pelanggan yang baik adalah dengan memberi perkhidmatan yang lebih daripada apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kebanyakan organisasi yang berjaya dan hebat di dunia telah membelanjakan banyak wang dan masa untuk menambah serta mengekalkan pelanggan yang sedia ada. Manakala kebanyakan organisasi yang gagal di dunia disebabkan mereka tidak mengendahkan kepentingan khidmat pelanggan. Setiap individu dalam sesebuah organisasi bertanggungjawab menentukan pelanggan sentiasa berpuas hati apabila berurusan dengan organisasi mereka. Oleh yang demikian, setiap individu dalam sesebuah organisasi itu perlu menganalisis diri mereka daripada perspektif pelanggan.

Tanya diri sendiri siapakah dan adakah anda daripada perspektif pelanggan?

Kunci kejayaan hakiki dalam khidmat pelanggan ialah dengan mengenali diri sendiri daripada perspektif pelanggan.

Organisasi dan individu yang ingin berjaya dalam khidmat pelanggan perlu menyemak soalan-soalan berikut bagi menganalisis diri daripada perspektif pelanggan.

- (a) Apakah kemahiran saya dalam menangani masalah pelanggan?
- (b) Apakah kebolehan saya dalam memuaskan hati pelanggan?
- (c) Apakah bakat saya dalam menyelesaikan masalah pelanggan?
- (d) Apakah kekuatan saya dalam menjawab segala persoalan pelanggan?

- (e) Apakah kelemahan saya apabila berdepan dengan pelanggan?
- (f) Apakah prasangka saya terhadap setiap pelanggan?
- (g) Apakah yang saya suka terhadap setiap pelanggan yang datang?
- (h) Apakah yang saya benci terhadap karenah pelanggan?
- (i) Apakah kemahuan saya dalam melayani pelanggan?
- (j) Apakah yang menarik mengenai saya pada pandangan pelanggan?
- (k) Apakah yang mengancam saya dalam melaksanakan khidmat pelanggan yang cemerlang?
- (l) Apakah peluang yang saya ada apabila berhadapan dengan pelanggan?

Kesemua persoalan ini akan menentukan arah aliran dan kejayaan hubungan dengan pelanggan. Peluang yang terbentang luas untuk kita ambil apabila berhadapan dengan pelanggan akan menjadi sia-sia jika kita tidak bertindak dengan segera. Peluang yang sama akan diintai oleh pesaing-pesaing untuk memastikan mereka dapat merebut peluang tersebut. Oleh yang demikian, perkara utama yang perlu kita lakukan adalah dengan mengurus diri dengan berkesan supaya dapat melihat dan seterusnya merebut peluang tersebut. Dalam dunia pelanggan alaf baru ini, kita tidak boleh lagi mendabik dada dengan mengatakan bahawa kita sahaja yang dapat memberikan khidmat yang cemerlang. Sebenarnya, apa yang kita tidak peroleh daripada pelanggan mencerminkan apa yang kita enggan berikan kepada pelanggan.

1.8.6 ETIKA PENGURUSAN DIRI DALAM KHIDMAT PELANGGAN

Masa hadapan seseorang adalah bergantung kepada mereka yang melihat sesuatu kemungkinan sebelum menjadi perkara biasa.

1. Mempunyai keselarasan matlamat diri dan organisasi demi pelanggan.

Setiap anggota dalam sesebuah organisasi mestilah mempunyai keselarasan matlamat diri dengan matlamat organisasi. Sekiranya seseorang individu itu tidak mempunyai matlamat yang selari dengan matlamat organisasi maka setiap tindakan akan bertentangan dengan falsafah dan prinsip organisasi yang akhirnya akan membawa kerugian kedua-dua belah pihak.

2. Kesepaduan antara peranan yang dimainkan

Peranan yang dimainkan oleh setiap individu dalam organisasi mestilah bersesuaian dengan matlamat dirinya dalam mencapai visi dan misi organisasi.

3. Keseimbangan antara peranan yang dimainkan

Setiap individu perlu pandai memainkan pelbagai watak apabila berhadapan dengan pelbagai jenis pelanggan. Memahami kehendak dan kemahuan pelanggan adalah tunjang kepada kecemerlangan khidmat pelanggan. Hal ini lebih jelas dalam organisasi yang memberikan khidmat pelanggan secara sukarela.

4. Fokus kepada pencapaian matlamat dan membuat perancangan awal

Setiap aktiviti yang hendak dijalankan memerlukan focus kepada pencapaian matlamat yang telah dibentuk dan untuk mendapatkan kesan seperti yang dikehendaki memerlukan perancangan awal dan rapi. Perancangan awal yang hendak dibuat hendaklah berorientasikan pelanggan dan memberikan kemenangan kepada kedua-dua belah pihak (win-win situation). Perancangan juga perlu berasaskan kepada penyelidikan serta maklumat yang lengkap dan tepat. Kegagalan untuk merancang adalah merancang untuk gagal. Sebenarnya, apa yang kita rancang akan menentukan apa yang hendak kita capai.

5. Memberi keutamaan kepada pelanggan

Pelanggan adalah segala-galanya kepada kita. Oleh yang demikian, pelanggan memerlukan rasa diutamakan. Kita sememangnya memerlukan pelanggan untuk terus mengekalkan perkembangan organisasi kita. Pengekalan pelanggan adalah pelaburan untuk keuntungan jangka panjang.

6. Pemikiran yang fleksibel apabila berhadapan dengan pelanggan

Apabila berdepan dengan pelanggan, kita hendaklah berfikir fleksibel terutamanya jika berdepan dengan pelanggan yang bermasalah. Di sinilah pentingnya keseimbangan penggunaan IQ (kebijaksanaan akal) dan EQ (kebijaksanaan emosi). Untuk memulakan sesuatu perniagaan dan perkhidmatan, kita memerlukan IQ tetapi untuk mengekalkan pelanggan kita memerlukan EQ yang tinggi.

7. Belajar daripada orang lain bagaimanakah untuk mengekalkan pelanggan

Kita perlu belajar daripada orang lain bagaimanakah mereka mengekalkan pelanggan. Tidak semestinya teori yang kita pelajari menepati kehendak pelanggan. Dalam hal ini, perkara yang lebih penting adalah pengalaman. Melayan pelanggan tempatan adalah berbeza dengan pelanggan luar negara. Mereka mempunyai budaya dan persekitaran yang berbeza dengan kita. Strategi yang sesuai perlu digunakan untuk menambat dan memikat hati pelanggan. Perkara yang paling penting ialah mengikut selera mereka.

8. Sentiasa bersangka baik terhadap pelanggan

Pelanggan adalah segala-galanya bagi kita. Merekalah yang menyebabkan wujudnya organisasi kita. Oleh yang demikian, sayangi mereka tanpa syarat. Setiap pelanggan yang datang mempunyai matlamat tertentu dan mempunyai masalah yang tertentu.

9. Melakukan sesuatu yang terbaik untuk pelanggan

Pelanggan yang mahukan terbaik daripada kita. Ramai pelanggan yang tidak berpuas hati tidak akan kembali untuk mendapatkan perkhidmatan kita. Pelanggan yang memberitahu kekurangan kita merupakan pelanggan yang jujur dan ikhlas. Justeru, berikan mereka yang terbaik agar kita dapat memikat hati mereka.

1.9 KESIMPULAN

Mengenai langkah-langkah asas dalam kecermelangan khidmat pelanggan :

Khidmat pelanggan yang cemerlang ialah berasa seronok memberikan sesuatu perkhidmatan yang lebih baik daripada apa yang diharapkan oleh pelanggan.

1. Mempunyai sikap positif terhadap pelanggan dan organisasi

Sikap yang positif merupakan langkah asas dalam membentuk sikap yang betul terhadap pelanggan. Kita seharusnya membuat anjakan sikap terlebih dahulu. Antara anjakan sikap yang perlu dilakukan ialah:

(a) Kurang yakin kepada yakin diri barulah menjadi yakin boleh.

(b) Berfikiran pesimis kepada optimis barulah menjadi kreatif.

(c) Murung kepada ceria barulah menjadi seronok.

(d) Mengambil risiko kepada mengurus risiko barulah datang sikap ingin mencuba.

(e) Peningkan wang kepada peningkan pelanggan barulah datang keseronokan berkerja.

Anjakan sikap ini tidak dapat dilakukan dengan sempurna sekiranya kita tidak bersikap positif terhadap pelanggan.

2. Yakin berjaya untuk memikat hati pelanggan

Untuk berjaya dalam mamikat hati pelanggan kita seharusnya membuat anjakan minda terlebih dahulu. Antara anjakan minda yang perlu dibuat termasuklah:

- (a) Daripada pemikiran reaktif kepada pemikiran proaktif.
- (b) Daripada guna kuasa dalam mempengaruhi kepada guna pengaruh.
- (c) Daripada orientasi aktiviti kepada orientasi nilai.
- (d) Daripada menentang perubahan kepada memandu perubahan.
- (e) Daripada membina hubungan hierarki kepada hubungan kemanusiaan.
- (f) Daripada orientasi masalah kepada orientasi penyelesaian.

3. Mengetahui bagaimanakah untuk memuaskan hati pelanggan

Kebijaksanaan memahami hati pelanggan adalah perkara penting dalam khidmat pelanggan tetapi mengetahui perkara yang hendak dibuat dalam menilai hubungan dengan pelanggan adalah perkara yang paling penting.

4. Selalu waspada terhadap nilai kejayaan

Kejayaan hari ini tidak menjamin kejayaan hari esok. Hakikatnya, manusia berubah dari semasa ke semasa. Oleh yang demikian, setiap kejayaan perlu dinilai dan sentiasa diperbaiki.

5. Tidak mengharap balasan daripada pelanggan

Apa yang kita lakukan terhadap pelanggan adalah untuk kepentingan pelanggan dan untuk mengekalkan mereka. Oleh yang demikian, kita seharusnya tidak mengharapkan apa-apa balasan daripada pelanggan.

6. Sanggup berkorban untuk menambat hati pelanggan

Pengorbanan untuk memuaskan hati pelanggan akan memberi keuntungan yang mutlak kepada kita sendiri serta organisasi.