



KERAJAAN MALAYSIA

**PEKELILING KEMAJUAN PENTADBIRAN AWAM
BILANGAN 1 TAHUN 2025**

**PEMANTAPAN PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN
SEKTOR AWAM**

**JABATAN PERKHIDMATAN AWAM
MALAYSIA**

KANDUNGAN

PERKARA	MUKA SURAT
Tujuan	1
Latar Belakang	1
Keperluan	2
Pelaksanaan	3
Tadbir Urus	5
Tarikh Kuat Kuasa	5
Pembatalan	5
Pemakaian	6
Senarai Lampiran	7



**KETUA SETIAUSAHA NEGARA
MALAYSIA**

Jabatan Perdana Menteri
Aras 4 Blok Timur, Bangunan Perdana Putra
Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan
62502 Putrajaya

Tel : 603-8872 7211
Faks : 603-8889 4479

Rujukan : JPA.900-3/1/20 (1)

Tarikh : **20** Januari 2025

Semua Ketua Setiausaha Kementerian

Semua Ketua Jabatan Persekutuan

Semua YB Setiausaha Kerajaan Negeri

Semua Ketua Pengurusan Pihak Berkuasa Berkanun Persekutuan

Semua Ketua Pengurusan Pihak Berkuasa Berkanun Negeri

Semua Ketua Pengurusan Pihak Berkuasa Tempatan

**PEKELILING KEMAJUAN PENTADBIRAN AWAM
BILANGAN 1 TAHUN 2025**

**PEMANTAPAN PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN
SEKTOR AWAM**

TUJUAN

1. Pekeliling ini bertujuan untuk menjelaskan dasar dan tatacara pemantapan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam bagi memastikan kecekapan dan keberkesanan penyampaian perkhidmatan kerajaan.

LATAR BELAKANG

2. Penyampaian perkhidmatan yang cekap dan berkesan merupakan keutamaan sesebuah kerajaan yang berpaksikan rakyat. Dalam memastikan rakyat menerima layanan yang terbaik, Kerajaan wajar memberikan fokus kepada kecekapan penyampaian

perkhidmatan, pengurusan perhubungan pelanggan yang sistematik dan inklusif serta penyelesaian masalah yang berkesan.

3. Nilai-nilai teras dalam pentadbiran seperti kemampanan, kesejahteraan, inovasi, hormat-menghormati, keyakinan dan ihsan wajar diterapkan dalam penyampaian perkhidmatan kerajaan serta menjadi asas dalam pengurusan perhubungan pelanggan yang menyeluruh.

4. Dalam hal ini, kerajaan telah mengeluarkan beberapa dokumen dasar berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan ke arah penyampaian perkhidmatan yang lebih cekap dan berkesan melalui pekeliling-pekeliling kerajaan seperti Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA), Surat Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (SPKPA), Pekeliling Perkhidmatan Sumber Manusia (MyPPSM), Surat Arahan Ketua Setiausaha Negara (KSN) serta Surat Edaran Ketua Pengarah Perkhidmatan Awam (KPPA).

KEPERLUAN

5. Pengurusan perhubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) adalah satu pendekatan yang digunakan oleh sektor swasta bagi meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan agar beroleh keuntungan perniagaan. Dalam konteks sektor awam, CRM diadaptasi sebagai Pengurusan Perhubungan Pelanggan Berpaksikan Rakyat atau *Citizen Relationship Management* (CiRM) iaitu pendekatan holistik untuk menawarkan perkhidmatan yang dapat memenuhi keperluan melalui interaksi antara agensi sektor awam dan rakyat. Secara umumnya, pengurusan perhubungan pelanggan yang baik perlu memberi perhatian kepada empat (4) elemen berikut iaitu manusia, proses, teknologi dan infrastruktur bagi mempertingkatkan penyampaian perkhidmatan serta memastikan kepuasan pelanggan tercapai.

6. Namun, kehendak pelanggan sentiasa berubah seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan sosioekonomi negara. Oleh itu, pendekatan pengurusan perhubungan pelanggan berpaksikan rakyat yang dinamik, berkesan dan proaktif adalah sangat penting. Agensi kerajaan wajar menawarkan Perkhidmatan Pelanggan Digital (Digital Customer Service, DCS) dengan memanfaatkan teknologi yang bersesuaian dan terbaik serta menyepadukan interaksi pelbagai saluran komunikasi dan perkhidmatan sepenuhnya

dalam persekitaran digital. DCS membolehkan penyampaian maklumat dan perkhidmatan yang dapat memenuhi keperluan pelanggan dengan lebih pantas, selamat, tepat serta mesra pengguna.

7. Selain itu, penggunaan sistem pengurusan data pelanggan bersepadu dari pelbagai titik sentuhan perkhidmatan yang mematuhi Akta Perlindungan Data Peribadi (PDPA) berupaya membantu kerajaan untuk menawarkan perkhidmatan yang berkualiti, inklusif dan berfokuskan rakyat secara berterusan. Dengan integrasi data dan teknologi, pelanggan tidak perlu mengulangi maklumat mereka, meningkatkan kecekapan penyampaian perkhidmatan dan mengurangkan masa penyelesaian. Sehubungan itu, aspek keselamatan siber amat perlu diberi keutamaan dalam melindungi data pelanggan dan memastikan integriti sistem komunikasi dan perkhidmatan. Usaha berterusan dalam penambahbaikan protokol keselamatan perlu dilaksanakan bagi melindungi maklumat sensitif daripada ancaman siber.

8. Kerajaan juga sentiasa memberi penekanan supaya pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam ditambah baik secara berterusan agar relevan dan selaras dengan perkembangan semasa serta perubahan persekitaran. PKPA Pemantapan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam ini turut memperkenalkan aspek perkhidmatan pelanggan secara digital serta pematuan dan akan menjadi dokumen rujukan untuk agensi mengurus perhubungan pelanggan secara menyeluruh.

PELAKSANAAN

9. Pemantapan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam yang cekap dan berkesan perlu dilaksanakan berasaskan kepada empat (4) teras utama iaitu perancangan strategi, pelaksanaan strategi, pematuan serta penambahbaikan berterusan.

10. Perancangan strategi dalam pengurusan perhubungan pelanggan adalah penting bagi memastikan perkhidmatan berkualiti dan memenuhi keperluan pelanggan. Kedua-dua matlamat perlu diutamakan dalam penyediaan Pelan Strategik Organisasi (PSO) dan Pelan Strategik Pendigitalan Organisasi (PSP). Setiap agensi perlu memahami keperluan pelanggan dengan mengenal pasti kumpulan sasaran melalui sesi libat urus, soal selidik dan maklum balas. Agensi perlu menyelami keluhan pelanggan, menyediakan peta

pengalaman pelanggan dan mengambil tindakan penambahbaikan supaya perkhidmatan yang lebih baik dapat disediakan. Agensi juga perlu merancang reka bentuk perkhidmatan yang mesra pelanggan dan menetapkan standard kualiti perkhidmatan melalui Piagam Pelanggan agar kualiti perkhidmatan konsisten, dengan semakan berkala diikuti dengan penambahbaikan berterusan.

11. Pelaksanaan strategi pengurusan perhubungan pelanggan hendaklah dijalankan dengan sistematik. Pegawai perlu memberi perkhidmatan yang mesra, berintegriti dan profesional. Panduan Layanan Perkhidmatan Pelanggan membantu memperkasa modal insan petugas barisan hadapan. Perkhidmatan kerajaan wajar disalurkan dengan capaian yang lebih meluas melalui saluran yang bersesuaian secara digital, fizikal dan konvensional serta mematuhi peraturan dan garis panduan yang sedang berkuat kuasa. Program-program pengurusan perubahan yang berstruktur akan dapat membantu agensi sektor awam memastikan warga kerja dan pelanggan beralih menggunakan saluran komunikasi dan perkhidmatan baharu dengan lancar.

12. Pematuhan terhadap kualiti perkhidmatan meliputi penilaian, pemantauan dan pelaporan perlu dijalankan oleh setiap agensi sektor awam secara sendiri bagi memastikan tahap penyampaian perkhidmatan memenuhi hasrat kerajaan. Hasil penilaian pencapaian Piagam Pelanggan, kepuasan pelanggan dan *Mystery Shopping* hendaklah dilaporkan dalam mesyuarat pengurusan atau jawatankuasa yang berkaitan di agensi bagi memastikan kualiti perkhidmatan kerajaan adalah konsisten dan terjamin melalui usaha pembudayaan sendiri.

13. Penambahbaikan berterusan yang bersesuaian perlu dilaksanakan berdasarkan analisis hasil pematuhan. Aspek latihan kepada warga kerja bagi meningkatkan kompetensi juga perlu diberi perhatian, termasuk program berkaitan etika dan nilai murni untuk memupuk budaya perkhidmatan cemerlang. Seterusnya, pengiktirafan dan penghargaan wajar diberikan kepada pasukan kerja yang berjaya meningkatkan tahap perkhidmatan dan juga petugas barisan hadapan yang berdedikasi memenuhi keperluan pelanggan. Penandaarasan adalah penting untuk mempelajari amalan terbaik yang digunakan oleh agensi lain dan menyesuaikan amalan tersebut mengikut keperluan dan fungsi agensi masing-masing. Selain itu, analisis sentimen merupakan alat yang boleh digunakan untuk

menilai isu utama pelanggan dan emosi rakyat melalui data, keberkesanan sesuatu perkhidmatan kerajaan serta mengenal pasti isu-isu yang memerlukan tindakan segera.

14. Pemantapan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam adalah seperti di **LAMPIRAN A.**

TADBIR URUS

15. Tadbir urus yang baik akan memastikan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam dapat dilaksanakan dengan cekap dan berkesan. Ketua jabatan hendaklah merancang dan melaksanakan program-program berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan secara strategik dan menyeluruh berdasarkan pekeliling ini di samping mematuhi dasar dan peraturan berkaitan yang sedang berkuat kuasa. Pematuhan dan penambahbaikan berterusan perlu dibuat melalui jawatankuasa atau mesyuarat pengurusan di agensi masing-masing.

TARIKH KUAT KUASA

16. Pekeliling ini berkuat kuasa mulai tarikh dikeluarkan.

PEMBATALAN

17. Dengan berkuatkuasanya pekeliling ini, maka PKPA dan Surat Arahan berikut adalah dibatalkan:

- (i) Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bilangan 1 Tahun 2008 - Panduan Pengurusan Perhubungan Pelanggan; dan
- (ii) Surat Arahan Ketua Setiausaha Negara Bilangan 1 Tahun 2020 - Penambahbaikan kepada Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam.

PEMAKAIAN

18. Pekeliling ini terpakai kepada semua agensi Perkhidmatan Awam Persekutuan. Tertakluk kepada penerimaannya oleh pihak berkuasa masing-masing, peruntukan pekeling ini dipanjangkan kepada semua Perkhidmatan Awam Negeri, Pihak Berkuasa Berkanun dan Pihak Berkuasa Tempatan.

“BERKHIDMAT UNTUK NEGARA”

Saya yang menjalankan amanah,



(TAN SRI SHAMSUL AZRI BIN ABU BAKAR)

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN	TAJUK
A	Pemantapan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam
A1	Panduan Pelaksanaan Piagam Pelanggan
A2	Panduan Layanan Perkhidmatan Pelanggan
A3	Panduan Penilaian Kepuasan Pelanggan
A4	Panduan Pelaksanaan <i>Mystery Shopping</i>
A5	Contoh Format Pelaporan

LAMPIRAN A
Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam
Bilangan 1 Tahun 2025

PEMANTAPAN PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN
SEKTOR AWAM

JABATAN PERKHIDMATAN AWAM
MALAYSIA

KANDUNGAN

PERKARA	MUKA SURAT
SENARAI RAJAH	ii
SENARAI JADUAL	iii
AKRONIM	iv
BAB 1: PENGENALAN	1
1.1 Konsep Pengurusan Perhubungan Pelanggan	1
1.2 Ciri-ciri Pengurusan Perhubungan Pelanggan	2
1.3 Tadbir Urus	4
BAB 2: TERAS PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN	5
2.1 Perancangan Strategi	5
2.1.1 Mengutamakan Pelanggan	5
2.1.2 Memahami Keperluan Pelanggan	6
2.1.3 Menambah Baik Pengalaman Pelanggan	7
2.1.4 Menyediakan Reka Bentuk Perkhidmatan	8
2.1.5 Menetapkan Standard Kualiti Perkhidmatan Pelanggan	9
2.2 Pelaksanaan Strategi	10
2.2.1 Layanan Perkhidmatan Pelanggan	10
2.2.2 Saluran Perkhidmatan	10
2.2.3 Pengurusan Perubahan	12
2.3 Pematuhan	13
2.3.1 Pemantauan Kualiti Perkhidmatan	13
2.3.2 Penilaian Kualiti Perkhidmatan	14
2.3.3 Pelaporan	16
2.4 Penambahbaikan Berterusan	16
2.4.1 Latihan	16
2.4.2 Pengiktirafan dan Penghargaan	17
2.4.3 Penandaarasan dan Analisis Sentimen	17
BAB 3: PENUTUP	19

SENARAI RAJAH

RAJAH	TAJUK
1	Ciri-ciri Pengurusan Perhubungan Pelanggan
2	Teras Pengurusan Perhubungan Pelanggan
3	Contoh Peta Pengalaman Pelanggan (Permohonan Lesen Perniagaan dari Perspektif Pelanggan)
4	Pelaksanaan Piagam Pelanggan
5	Contoh Piagam Pelanggan
6	Senarai Elemen dan Kriteria Penilaian Kepuasan Pelanggan
7	Contoh Metodologi Kajian

SENARAI JADUAL

JADUAL	TAJUK
1	Templat Pencapaian Piagam Pelanggan
2	Contoh Laporan Pencapaian Piagam Pelanggan
3	Contoh Dapatan Kajian Kepuasan Pelanggan
4	Contoh Syor Penambahbaikan bagi Laporan Kajian Kepuasan Pelanggan
5	Contoh Penemuan <i>Mystery Shopping</i>

AKRONIM

AI	Kecerdasan Buatan
BPA	Biro Pengaduan Awam
CI	<i>Customer Insights</i>
CiRM	Pengurusan Perhubungan Pelanggan Berpaksikan Rakyat (Citizen Relationship Management)
CRM	Pengurusan Perhubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)
DCS	Perkhidmatan Pelanggan Digital (Digital Customer Service)
FAQ	Soalan Lazim
JKTPA	Jawatankuasa Tetap Pengurusan Aduan
JPA	Jabatan Perkhidmatan Awam
KPPA	Ketua Pengarah Perkhidmatan Awam
KSN	Ketua Setiausaha Negara
LLM	Large Language Model
MyPPSM	Pekeliling Perkhidmatan Sumber Manusia
NLP	Natural Language Processing
OKU	Orang Kurang Upaya
PDPA	Akta Perlindungan Data Peribadi
PKPA	Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam
POL	Pelan Operasi Latihan
PSO	Pelan Strategik Organisasi
PSP	Pelan Strategik Pendigitalan Organisasi
SMS	Khidmat Pesanan Ringkas
SOP	Prosedur Operasi Standard
SPKPA	Surat Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam

BAB 1: PENGENALAN

1.1 KONSEP PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN

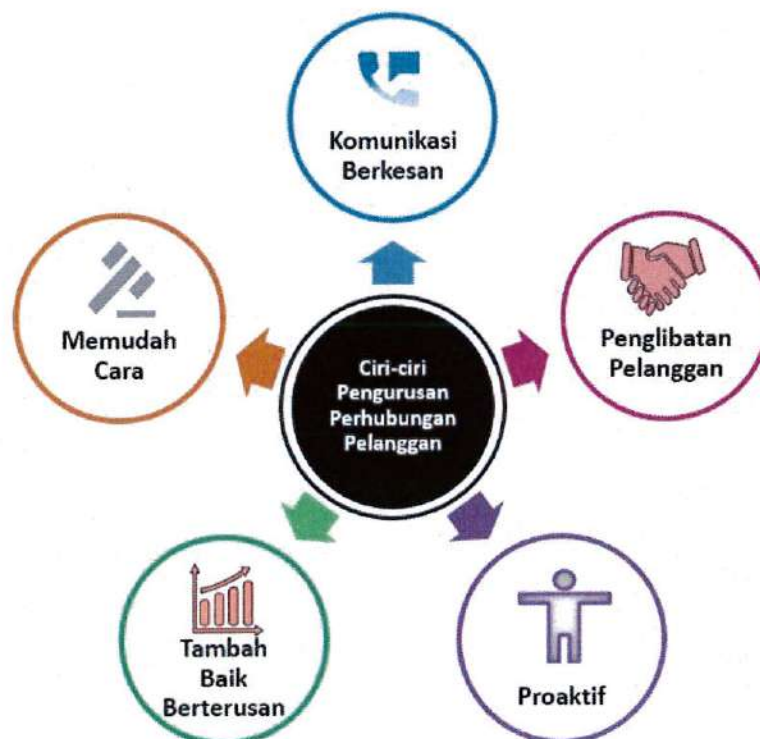
- 1.1.1 Pengurusan perhubungan pelanggan (*Customer Relationship Management - CRM*) telah melalui evolusi yang merentasi pelbagai era. Tidak seperti organisasi swasta yang memberi tumpuan kepada keuntungan dan pengkalan pelanggan melalui CRM, kerajaan perlu menekankan hubungan dengan rakyat sebagai pelanggan utama perkhidmatan awam. Menjalin hubungan yang kukuh antara kerajaan dan rakyat adalah penting untuk memastikan penyampaian perkhidmatan yang efisien, meningkatkan kepercayaan rakyat terhadap dasar dan tindakan kerajaan serta memperkukuh kesejahteraan sosial. Hubungan yang baik juga memudahkan rakyat untuk memberi maklum balas, menyuarakan pandangan dan turut serta dalam proses pembuatan keputusan, sekaligus mengukuhkan demokrasi dan kestabilan negara.
- 1.1.2 Peredaran zaman pada masa ini meletakkan keperluan pelanggan sebagai penentu kepada bentuk dan cara penyampaian perkhidmatan yang perlu diberikan oleh kerajaan selaras dengan prinsip kerajaan berpaksikan rakyat (*citizen-centric*). Justeru, pendekatan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Berpaksikan Rakyat (*Citizen Relationship Management - CiRM*) diterapkan ke dalam penyampaian perkhidmatan awam.
- 1.1.3 Pengurusan perhubungan pelanggan yang cekap dalam sektor awam memerlukan pendekatan holistik yang menggabungkan manusia, proses, teknologi serta infrastruktur dan prasarana. Penglibatan rakyat secara proaktif dalam setiap peringkat perkhidmatan, baik melalui komunikasi bersemuka, atau melalui saluran digital yang mesra pengguna, adalah penting untuk memastikan peningkatan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Sebagai tambahan, pendekatan proaktif dalam memenuhi keperluan pelanggan, mengenal pasti dan menyelesaikan masalah pelanggan serta penggunaan pelbagai saluran untuk meningkatkan kebolehpasaran, merupakan aspek penting dalam menjamin perkhidmatan yang inklusif dan berkualiti.

1.1.4 Kerajaan telah mengeluarkan beberapa dokumen dasar berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan ke arah penyampaian perkhidmatan yang lebih cekap dan berkesan melalui beberapa pekeliling kerajaan seperti PKPA, SPKPA, MyPPSM, Surat Arahan KSN serta Surat Edaran KPPA.

1.1.5 Kerajaan sentiasa memberi penekanan supaya pekeliling kerajaan sentiasa ditambah baik selaras dengan perkembangan semasa agar relevan dan dapat memenuhi keperluan pelanggan yang semakin meningkat. Sehubungan itu, PKPA Pemantapan Pengurusan Perhubungan Pelanggan Sektor Awam akan menjadi panduan dan rujukan serta memudahkan agensi dalam menguruskan perhubungan pelanggan yang memenuhi hasrat dan aspirasi kerajaan.

1.2 CIRI-CIRI PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN

1.2.1 Terdapat lima (5) ciri pengurusan perhubungan pelanggan yang baik untuk memastikan keberkesanan penyampaian perkhidmatan kerajaan kepada pelanggan seperti di **Rajah 1**.



Rajah 1: Ciri-ciri Pengurusan Perhubungan Pelanggan

a. Memudah cara

Memastikan urusan pelanggan lancar dan efisien melalui proses yang ringkas, jelas dan mudah diakses. Ini melibatkan penggunaan teknologi yang tepat serta mengurangkan halangan, memendekkan masa menunggu dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Mempermudah urusan pelanggan adalah penting untuk memberikan perkhidmatan yang berkualiti, sekaligus mendapatkan maklum balas positif daripada mereka.

b. Komunikasi Berkesan

Komunikasi berkesan adalah penyampaian maklumat yang jelas dan tepat antara organisasi dan pelanggan. Tujuannya adalah untuk memberi penjelasan, mengelakkan salah faham dan memastikan pelanggan mendapat maklumat yang diperlukan untuk menyelesaikan urusan dengan efisien serta meningkatkan kepuasan mereka.

c. Penglibatan Pelanggan

Penglibatan pelanggan secara langsung dan tidak langsung adalah aspek penting dalam memahami keperluan dan kehendak pelanggan melalui sesi libat urus, soal selidik dan maklum balas. Tujuannya adalah untuk memahami keperluan dan jangkaan pelanggan bagi meningkatkan keberkesanan penyampaian perkhidmatan serta memastikan perkhidmatan yang ditawarkan memenuhi ekspektasi mereka.

d. Proaktif

Tindakan proaktif yang pantas dan konsisten dalam memberi maklumat, menyampaikan perkhidmatan, menangani masalah pelanggan serta memenuhi keperluan sebelum mereka mengemukakan aduan. Ini akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

e. Tambah baik Berterusan

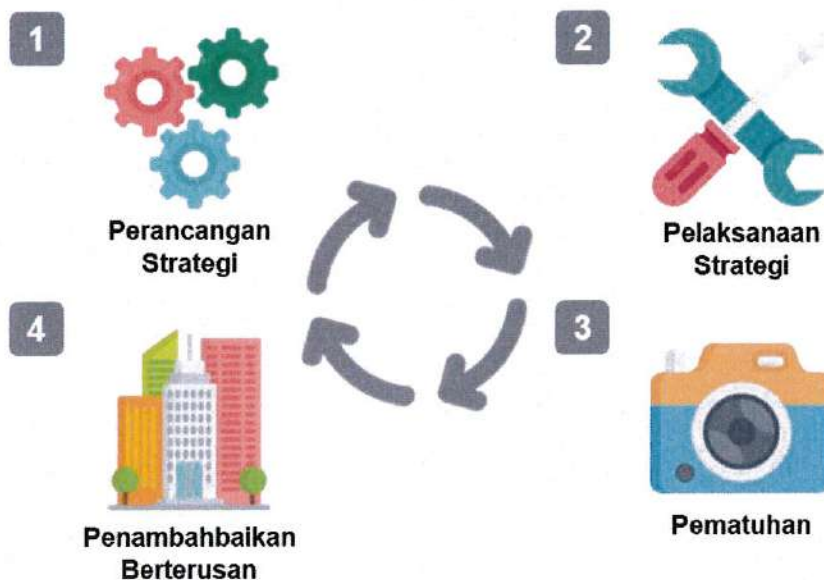
Usaha-usaha untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan adalah amalan yang perlu dilaksanakan secara berterusan.

1.3 TADBIR URUS

- 1.3.1 Tadbir urus yang baik akan memastikan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam dapat dilaksanakan dengan cekap dan berkesan. Oleh itu, agensi perlu memperkemaskan struktur tadbir urus pengurusan perhubungan pelanggan di agensi masing-masing.
- 1.3.2 Ketua Jabatan hendaklah merancang dan melaksanakan program-program berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan berdasarkan pekeliling ini di samping mematuhi dasar serta peraturan berkaitan yang sedang berkuat kuasa.
- 1.3.3 Ketua Jabatan perlu menetapkan satu bahagian atau unit yang berperanan selaku penyelarasan induk dalam menguruskan hal ehwal berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan secara menyeluruh. Bahagian atau unit ini bertanggungjawab mengurus hal ehwal perhubungan pelanggan di agensi bagi memastikan urusan pelanggan berjalan lancar serta mereka menerima perkhidmatan yang pantas dan tepat.
- 1.3.4 Perancangan, pelaksanaan, pematuhan dan penambahbaikan berterusan berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan perlu dibuat melalui mesyuarat pengurusan atau jawatankuasa yang bersesuaian di agensi masing-masing.

BAB 2: TERAS PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN

Dalam usaha untuk mempertingkatkan keberkesanan penyampaian perkhidmatan kerajaan, asas yang kukuh dan menyeluruh perlu ditetapkan di setiap agensi. Bagi tujuan ini, pengurusan perhubungan pelanggan boleh dilaksanakan berasaskan teras seperti di **Rajah 2** berikut:



Rajah 2: Teras Pengurusan Perhubungan Pelanggan

2.1 PERANCANGAN STRATEGI

2.1.1 MENGUTAMAKAN PELANGGAN

- a. Dalam konteks pengurusan perhubungan pelanggan, perancangan strategi amat penting untuk memantapkan keupayaan organisasi memahami keperluan pelanggan supaya perkhidmatan yang ditawarkan dapat memenuhi ekspektasi mereka.
- b. PSO dan PSP agensi perlu mempunyai strategi berfokus pelanggan bagi memastikan inisiatif dan usaha perkhidmatan pelanggan dapat dilaksanakan dengan cekap dan berkesan. Perancangan yang baik memerlukan input yang mencukupi dan bersesuaian terutamanya dari

segi sumber kewangan, sumber manusia, teknologi serta infrastruktur dan prasarana.

- c. Ketua Jabatan perlu menetapkan misi perkhidmatan pelanggan dalam bentuk satu pernyataan khusus dan menghebahkannya untuk pengetahuan umum supaya menjadi satu komitmen yang akan dihayati oleh semua pegawai ke arah kecemerlangan perkhidmatan pelanggan organisasi.

2.1.2 MEMAHAMI KEPERLUAN PELANGGAN

- a. Setiap agensi perlu mengenal pasti kumpulan sasaran yang berurusan dengan agensi masing-masing. Ini adalah penting untuk agensi memahami keperluan setiap kategori pelanggan yang akan menerima perkhidmatan. Kategori pelanggan boleh diklasifikasikan seperti berikut:
 - i. Pelanggan dalaman;
 - ii. Pelanggan luaran; dan
 - iii. Pelanggan berkeperluan khas (contoh: warga emas/Orang Kurang Upaya (OKU)/wanita hamil).
- b. Pendekatan berpaksikan rakyat perlu diamalkan oleh agensi. Strategi ini dapat dizahirkan dengan melibatkan rakyat dalam merancang perkhidmatan. Setelah pelanggan ditentukan mengikut kategori yang bersesuaian dengan perkhidmatan agensi, keperluan pelanggan akan lebih mudah untuk dikenal pasti. Penglibatan dengan kumpulan sasaran boleh dibuat secara langsung atau tidak langsung melalui kaedah seperti berikut:
 - i. Libat urus secara berterusan;
 - ii. Soal selidik; dan
 - iii. Maklum balas pelanggan selepas mendapat perkhidmatan.
- c. Agensi juga boleh menggunakan pendekatan bersesuaian seperti *Customer Insights* (CI) untuk menambah baik perkhidmatan yang ditawarkan kepada rakyat. CI adalah proses memahami keperluan, cabaran dan tingkah laku rakyat untuk memperbaiki penyampaian perkhidmatan awam. Ia diperlukan bagi menyesuaikan perkhidmatan dengan lebih baik, menyediakan

perkhidmatan secara proaktif dan meningkatkan komunikasi serta kebolehcapaian perkhidmatan. Alat-alat boleh yang digunakan untuk mendapatkan CI adalah seperti tinjauan dan borang maklum balas, analisis data, serta pemantauan media sosial untuk memahami sentimen rakyat secara masa nyata. Kesimpulannya, CI membolehkan perkhidmatan awam lebih responsif, mesra pengguna dan memenuhi jangkaan rakyat dengan lebih baik.

2.1.3 MENAMBAH BAIK PENGALAMAN PELANGGAN

- a. Dalam konteks pengurusan perhubungan pelanggan pada masa ini, penyampaian perkhidmatan pelanggan berteraskan produk dan perkhidmatan semata-mata telah beralih kepada penumpuan terhadap pengalaman pelanggan.
- b. Pengalaman pelanggan adalah penilaian pelanggan sebelum, semasa dan selepas berurusan di agensi khususnya dalam aspek proses dan prosedur penyampaian perkhidmatan, layanan pegawai dan penyelesaian aduan.
- c. Agensi kerajaan perlu memfokuskan kepada pengalaman pelanggan melalui pendekatan berikut:
 - i. Menawarkan perkhidmatan yang bertepatan dengan keperluan dan kehendak pelanggan;
 - ii. Mengenal pasti titik keluhan (pain points) pelanggan; serta
 - iii. Merancang strategi meningkatkan tahap kepuasan pelanggan serta meningkatkan kualiti penyampaian perkhidmatan kerajaan.
- d. Peta pengalaman pelanggan (customer journey map) boleh dihasilkan bagi mendapatkan gambaran keseluruhan pengalaman yang dilalui oleh pelanggan dalam mendapatkan perkhidmatan.
- e. Antara langkah-langkah untuk menyediakan peta pengalaman pelanggan adalah seperti berikut:
 - i. Tetapkan sasaran yang jelas bagi setiap perkhidmatan;

- ii. Sediakan peta pengalaman pelanggan mengikut kategori/profil pelanggan;
- iii. Kenal pasti titik keluhan;
- iv. Ambil tindakan penambahbaikan; dan
- v. Dapatkan maklum balas pelanggan untuk menilai keberkesanan penambahbaikan.

f. Contoh peta pengalaman pelanggan adalah seperti di **Rajah 3**.

	LANGKAH 1	LANGKAH 2	LANGKAH 3	LANGKAH 4	LANGKAH 5
TINDAKAN PELANGGAN	Mencari maklumat perkhidmatan melalui portal agensi dan membuat carian internet	Membuat permohonan lesen perniagaan melalui sistem dalam talian	Agensi meminta maklumat tambahan melalui e-mel dan pemohon perlu menghantar dokumen secara fizikal ke kaunter	Pelanggan perlu hadir sekali lagi ke kaunter untuk membuat bayaran dan mengambil lesen perniagaan	Pelanggan menerima SMS dan e-mel daripada agensi untuk memperbaharui lesen perniagaan sebulan sebelum tamat tempoh
PENGALAMAN PELANGGAN					
TITIK KELUHAN	Maklumat perkhidmatan kurang lengkap dan tidak terkini	Pendaftaran pengguna dan permohonan lesen perniagaan mudah dilakukan	Perkhidmatan tidak dapat dilaksanakan sepenuhnya secara digital	Pelanggan terpaksa hadir ke kaunter sebanyak 2 kali	TIADA
CADANGAN PENYELESAIAN	Melengkapkan maklumat perkhidmatan setiap kali berlaku perubahan dan mencatatkan tarikh kemas kini	TIADA	Sistem Permohonan Lesen Perniagaan dijadikan sepenuhnya dalam talian tanpa intervensi manual bagi mendapatkan maklumat sokongan	Pembayaran boleh dibuat dalam talian dan lesen dijana secara digital setelah mendapat kelulusan	TIADA

**Rajah 3: Contoh Peta Pengalaman Pelanggan
(Permohonan Lesen Perniagaan dari Perspektif Pelanggan)**

2.1.4 MENYEDIAKAN REKA BENTUK PERKHIDMATAN

- a. Setiap agensi kerajaan perlu merancang dan menyediakan reka bentuk perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelanggan. Perancangan perlu dibuat untuk mereka bentuk perkhidmatan mesra pelanggan yang bersesuaian dengan keperluan dan ekspektasi pelanggan yang terdiri daripada pelbagai kategori. Selain daripada perkhidmatan yang bersifat khusus untuk transaksi yang memerlukan pelanggan hadir sendiri semasa berurusan, inisiatif hendaklah diambil untuk menawarkan perkhidmatan digital, kiosk dan sebagainya yang tidak memerlukan pelanggan hadir untuk berurusan di kaunter.

- b. Untuk memastikan kecekapan dan keberkesanan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam, pendekatan yang holistik perlu diterapkan. Ini melibatkan penggunaan teknologi terkini untuk memahami pelanggan serta mengumpul, memantau dan menganalisis maklum balas pelanggan secara berterusan yang diperoleh daripada pelbagai sumber. Dengan ini, kerajaan akan dapat memberikan maklumat, perkhidmatan dan menyelesaikan aduan dengan tepat, pantas dan konsisten.
- c. Dengan memahami keperluan pelanggan, keperluan setiap kumpulan pelanggan akan dapat dirancang dan disediakan secara strategik. Contohnya:
 - i. Pelanggan dalaman iaitu warga kerja memerlukan prosedur operasi standard yang jelas dan latihan bagi melaksana tugas dengan baik.
 - ii. Pelanggan luaran memerlukan maklumat yang tepat, mudah akses dan terkini serta perkhidmatan kerajaan yang cekap, menepati masa dan mesra pengguna. Bantuan dan sokongan teknikal juga dapat diberikan kepada pelanggan yang kurang mahir teknologi dalam mendapatkan perkhidmatan. Manakala pelanggan di luar bandar memerlukan kaunter bergerak dan pusat perkhidmatan sehenti digital.
 - iii. Pelanggan berkeperluan khas (contoh: warga emas/Orang Kurang Upaya (OKU)/wanita hamil) memerlukan kemudahan fizikal (laluan jalan OKU, tandas, tempat letak kereta dan kaunter khas/kaunter bergerak serta sokongan mengakses perkhidmatan digital.

2.1.5 MENETAPKAN STANDARD KUALITI PERKHIDMATAN PELANGGAN

- a. Standard perkhidmatan pelanggan perlu ditetapkan bagi setiap perkhidmatan yang disediakan dan dikuat kuasakan. Standard kualiti perkhidmatan tersebut adalah janji agensi kepada pelanggannya dan dikenali sebagai Piagam Pelanggan.
- b. Piagam Pelanggan agensi hendaklah diperkemas melalui tindakan-tindakan berikut:

- i. Menyemak dan mengkaji semula jaminan kualiti perkhidmatan yang dijanjikan di bawah Piagam Pelanggan secara berkala berdasarkan kepada kapasiti dan keupayaan agensi sejajar dengan teras penambahbaikan berterusan; dan
- ii. Memastikan jaminan kualiti perkhidmatan yang dijanjikan di bawah Piagam Pelanggan dipatuhi pada setiap masa.

c. **Panduan Pelaksanaan Piagam Pelanggan** adalah seperti di **Lampiran A1**.

2.2 PELAKSANAAN STRATEGI

Dalam memastikan penyampaian perkhidmatan yang cekap dan berkesan, strategi pengurusan perhubungan pelanggan yang telah dirancang perlu dilaksanakan oleh agensi.

Agensi perlu memantapkan penyampaian perkhidmatan melalui layanan pelanggan yang mesra dan beretika, mempelbagaikan saluran perkhidmatan mengikut kesesuaian termasuk mengguna pakai teknologi terkini dan mengurus perubahan. Tiga (3) aspek ini perlu diberi perhatian iaitu:

2.2.1 LAYANAN PERKHIDMATAN PELANGGAN

Agensi perlu memastikan pegawai yang berurusan dengan pelanggan bersifat mesra pelanggan dalam memberikan perkhidmatan yang cemerlang dan berintegriti. Panduan layanan perkhidmatan pelanggan menjadi rujukan bagi memperkasa modal insan pegawai serta memupuk amalan nilai murni, khususnya petugas yang berkhidmat di kaunter atau mengendalikan perkhidmatan pelanggan digital.

2.2.2 SALURAN PERKHIDMATAN

- a. Penyampaian perkhidmatan yang baik memerlukan saluran yang berkesan serta praktikal bagi memenuhi keperluan pelanggan. Agensi boleh menyalurkan maklumat serta mempromosikan perkhidmatan utama

menggunakan pelbagai saluran komunikasi dan dalam masa yang sama mematuhi peraturan dan garis panduan yang sedang berkuat kuasa.

- b. Penggunaan teknologi yang bersesuaian dan terbaik (termasuk kecerdasan buatan (AI), generatif AI dan pelbagai teknologi digital) akan membolehkan kerajaan mengukuhkan komunikasi dengan rakyat dan menyampaikan maklumat dan perkhidmatan dengan lebih cekap, responsif serta mesra pengguna. Kemajuan teknologi membolehkan agensi melaksanakan Perkhidmatan Pelanggan Digital (Digital Customer Service, DCS) dan menyepadukan interaksi pelbagai saluran komunikasi dan perkhidmatan sepenuhnya dalam persekitaran digital.
- c. Maklumat pelanggan yang diperoleh dari pelbagai saluran perkhidmatan dan mematuhi PDPA wajar diintegrasikan ke dalam sistem pengurusan pelanggan bersepadu (CRM). Layanan dan bantuan kepada pelanggan yang lancar akan dapat diberikan di pelbagai titik sentuhan perkhidmatan dengan DCS dan CRM bersepadu. Sehubungan itu, keselamatan siber yang mantap adalah perlu agar data pelanggan sentiasa dilindungi.
- d. Manakala, infrastruktur digital termasuk sambungan internet berkelajuan tinggi di semua pejabat kerajaan dan lokasi perkhidmatan awam akan mempertingkatkan kebolehpercayaan dan keberkesanan komunikasi dan penyampaian perkhidmatan kerajaan.
- e. Agensi boleh mempertimbangkan penyediaan peralatan atau peranti yang bersesuaian dan lengkap untuk kegunaan pegawai dan petugas di agensi seperti telefon pintar, tablet atau komputer riba yang boleh digunakan secara khusus bagi mengendalikan saluran perkhidmatan dan komunikasi agensi.
- f. Antara saluran perkhidmatan yang boleh ditawarkan oleh agensi adalah:

Saluran Digital

- i. Laman Web/Portal
- ii. Perkhidmatan dalam talian/Aplikasi mudah alih

- iii. Chatbot/LiveChat
- iv. Media sosial
- v. E-mel
- vi. Collaborative Browsing (Co-Browsing)
- vii. Khidmat Pesanan Ringkas (SMS)
- viii. Kios
- ix. Panggilan Video

Saluran Fizikal

- x. Kaunter/Kaunter bergerak/Pandu lalu

Saluran Konvensional

- xi. Telefon/Talian penting (Hotline)
- xii. Meja Bantuan
- xiii. Surat-menyurat
- xiv. Faks

- g. **Panduan Layanan Perkhidmatan Pelanggan** adalah seperti di **LAMPIRAN A2.**

2.2.3 PENGURUSAN PERUBAHAN

- a. Mengurus perubahan adalah satu keperluan penting bagi agensi kerajaan apabila memperkenalkan pembaharuan seperti perkhidmatan baharu atau beralih kepada penggunaan saluran digital sepenuhnya bagi menyampaikan perkhidmatan. Agensi kerajaan hendaklah memastikan pelanggan dan warga kerja bersedia menerima perubahan. Pelanggan hendaklah berupaya menggunakan perkhidmatan atau saluran perkhidmatan baharu dengan baik manakala warga kerja hendaklah berupaya melaksanakan penyampaian perkhidmatan atau mengoperasikan saluran perkhidmatan baharu dengan cekap dan berkesan.
- b. Pengurusan perubahan boleh didefinisikan sebagai satu pendekatan berstruktur yang digunakan untuk membawa sekumpulan individu melalui suatu tempoh peralihan perubahan sehingga mereka berjaya menerima,

menggunakan dengan cekap dan membudayakan perubahan tersebut. Dalam konteks ini, pengurusan perubahan membantu memastikan perkhidmatan atau saluran perkhidmatan baharu dapat diterima dan diamalkan oleh pelanggan dan warga kerja, dengan mengambil kira aspek tingkah laku dan emosi mereka.

- c. Apabila perkhidmatan atau saluran komunikasi baharu diperkenalkan, adalah penting bagi agensi untuk memahami bahawa proses perubahan melibatkan lebih daripada sekadar perubahan teknikal, ia juga melibatkan perubahan sikap, tingkah laku dan kebolehan petugas dan pengguna perkhidmatan. Komunikasi yang jelas dan konsisten mengenai manfaat perkhidmatan atau saluran komunikasi baharu wajar dihebahkan dengan berkesan kepada masyarakat.
- d. Pelanggan dan warga kerja juga perlu dibimbing untuk meningkatkan kemahiran mereka serta didorong untuk konsisten mengamalkan perubahan tersebut. Keberhasilan pengurusan perubahan bukan sahaja akan meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memastikan perkhidmatan yang lebih efisien dan efektif.

2.3 PEMATUHAN

Pematuhan kepada pengurusan perhubungan pelanggan yang cekap dan berkesan dalam sektor awam adalah aspek penting dalam memastikan perkhidmatan kerajaan berkualiti dan memenuhi keperluan rakyat. Setiap interaksi dengan pelanggan hendaklah dilakukan dengan telus, responsif dan professional. Pematuhan adalah tindakan yang berupaya meningkatkan akauntabiliti dalam setiap urusan pelanggan dan mencapai matlamat organisasi. Komponen pematuhan terdiri daripada pemantauan dan penilaian kualiti perkhidmatan serta pelaporan.

2.3.1 PEMANTAUAN KUALITI PERKHIDMATAN

Pemantauan terhadap kualiti perkhidmatan pelanggan perlu dilaksanakan bagi memastikan perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan adalah responsif, cekap dan berkesan. Aktiviti pemantauan boleh dibuat dengan cara seperti berikut:

- a. Melantik penyelia atau pegawai berpengalaman sebagai pakar rujuk bagi memastikan urusan perkhidmatan pelanggan berjalan lancar sepanjang masa.
- b. Menyemak dan menganalisis rekod transaksi pelanggan agensi masing-masing yang disimpan sama ada secara manual atau dalam sistem komputer berbanding dengan standard kualiti perkhidmatan pelanggan yang ditetapkan.
- c. Membuat lawatan pemantauan/naziran secara kerap bagi meninjau dan memastikan tahap perkhidmatan pelanggan adalah cemerlang serta memenuhi Piagam Pelanggan. Lawatan pemantauan/naziran boleh dijalankan oleh Ketua Bahagian, pegawai penyelia atau pegawai pemantau yang dilantik.
- d. Pemantauan bukan fizikal, sebagai contoh, melalui panggilan telefon dan semakan laman web boleh dibuat oleh agensi untuk menilai perkhidmatan dan mendapat gambaran tentang pengalaman pelanggan. Agensi juga dapat mengetahui sama ada pegawai menunjukkan tingkah laku yang boleh membawa kepada skor kepuasan pelanggan yang rendah dan cara pegawai berinteraksi dengan pelanggan. Tindakan pembetulan boleh diambil serta-merta atau dilaporkan dalam jawatankuasa atau mesyuarat pengurusan agensi.

2.3.2 PENILAIAN KUALITI PERKHIDMATAN

- a. Penilaian berterusan dan menyeluruh hendaklah dilaksanakan terhadap kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh agensi kepada pelanggan.
- b. Penilaian secara berkala terhadap kualiti perkhidmatan utama hendaklah dibuat bagi memastikan keberkesanan penyampaian perkhidmatan seperti mana yang ditetapkan dalam Piagam Pelanggan. Antara kaedah penilaian kualiti yang boleh digunakan adalah seperti berikut:
 - i. Penilaian Pencapaian Piagam Pelanggan;
 - ii. Penilaian Kepuasan Pelanggan; dan
 - iii. Pelaksanaan *Mystery Shopping*.

- c. Penilaian kualiti penyampaian perkhidmatan boleh dibuat terhadap petunjuk prestasi berdasarkan ciri-ciri kualiti perkhidmatan. Pada masa ini, sebilangan besar agensi kerajaan didapati telah melaksanakan kajian kepuasan pelanggan berkala. Usaha untuk mendapatkan maklum balas pelanggan melalui kajian kepuasan pelanggan oleh agensi adalah amat penting dalam meningkatkan penglibatan rakyat sebagai penerima perkhidmatan kerajaan.
- d. Agensi boleh merujuk **Panduan Penilaian Kepuasan Pelanggan di Lampiran A3** bagi menetapkan mekanisme penilaian kualiti perkhidmatan yang dijalankan melalui soal selidik kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, agensi boleh menambah elemen atau kriteria penilaian yang spesifik dan bersesuaian berdasarkan perkhidmatan yang ditawarkan oleh agensi.
- e. Pelaksanaan *Mystery Shopping*
 - i. *Mystery Shopping* merupakan kaedah pemantauan atau pemeriksaan mengejut untuk mengukur kualiti perkhidmatan berdasarkan perspektif pelanggan di mana satu kumpulan atau seorang individu dilantik sebagai pelanggan oleh agensi tertentu untuk mendapat perkhidmatan dari bahagian atau jabatan di bawahnya.
 - ii. Penilaian ini dijalankan tanpa pemberitahuan kepada bahagian atau jabatan terlibat dan tahap penyampaian perkhidmatan dinilai melalui semua saluran perkhidmatan yang disediakan. **Panduan Pelaksanaan Mystery Shopping** adalah seperti di **LAMPIRAN A4**.
 - iii. Jika terdapat sebarang isu berkaitan penyampaian perkhidmatan yang kerap berlaku dan menerima aduan yang banyak, agensi perlu melaksanakan *Mystery Shopping* dan membentangkan laporan di dalam mesyuarat pengurusan atau jawatankuasa yang berkaitan di agensi seperti Jawatankuasa Tetap Pengurusan Aduan (JKTPA).

f. Analisis Aduan Pelanggan

Agensi hendaklah memastikan pengurusan aduan dilaksanakan dengan baik sebagai usaha kepada penambahbaikan penyampaian perkhidmatan yang ditawarkan. Agensi boleh merujuk kepada dasar dan peraturan berkaitan pengurusan aduan yang dikuatkuasakan oleh Biro Pengaduan Awam (BPA).

2.3.3 PELAPORAN

a. Bagi memastikan aspek pematuhan dilaksanakan oleh agensi, laporan mengenai penilaian prestasi berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan perlu dibentangkan dalam mesyuarat pengurusan atau jawatankuasa yang berkaitan di agensi seperti JKTPA sekurang-kurangnya dua (2) kali setahun. Ini adalah untuk membolehkan tindakan sewajarnya dapat diambil bagi memastikan usaha penambahbaikan berterusan dapat dilaksanakan. Laporan penilaian prestasi perkhidmatan pelanggan ini hendaklah didokumentasikan untuk rujukan pihak yang berkenaan.

b. **Contoh Format Pelaporan** adalah seperti di **LAMPIRAN A5**.

2.4 PENAMBAHBAIKAN BERTERUSAN

Setiap agensi perlu melaksanakan penambahbaikan yang bersesuaian berdasarkan analisis terhadap hasil pemantauan dan penilaian yang telah dijalankan bagi meningkatkan kualiti penyampaian perkhidmatan. Penambahbaikan yang dilakukan terhadap sistem penyampaian perkhidmatan bukan hanya tertumpu kepada penambahbaikan proses kerja, teknologi, infrastruktur dan prasarana sahaja, malah perhatian perlu diberikan meliputi aspek manusia dalam memperkasakan jalinan hubungan antara agensi dengan pelanggan.

2.4.1 LATIHAN

a. Agensi perlu mengenal pasti pegawai yang memerlukan pendidikan dan latihan khusus yang berkaitan seperti:

- i. Penggunaan teknologi berkaitan penyampaian perkhidmatan dan pengurusan perhubungan pelanggan termasuk keselamatan siber.
 - ii. Kemahiran komunikasi berkesan termasuk penerapan empati dan profesionalisme.
 - iii. Pembangunan diri yang meliputi pembentukan sikap dan kecemerlangan kerja, motivasi, keterampilan serta ketahanan mental.
 - iv. Penyeliaan berkesan.
- b. Pelan operasi latihan (POL) perlu menekankan bidang/perkara yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam berurusan dengan agensi.

2.4.2 PENGIKTIRAFAN DAN PENGHARGAAN

- a. Pengiktirafan dan penghargaan boleh diberikan kepada pegawai dan pasukan kerja yang menunjukkan prestasi cemerlang dalam menyampaikan perkhidmatan dan berurusan dengan pelanggan bagi meningkatkan motivasi mereka.
- b. Bentuk pengiktirafan dan penghargaan boleh ditentukan mengikut kesesuaian dan kemampuan agensi. Pengiktirafan dan penghargaan ini boleh dilaksanakan sekurang-kurangnya satu (1) kali setahun.

2.4.3 PENANDAARASAN DAN ANALISIS SENTIMEN

- a. Penandaarasan adalah satu proses yang sistematik dan berterusan untuk mengenal pasti, mempelajari, mengubah suai dan melaksanakan amalan baik dan inovasi daripada agensi lain. Ia membolehkan agensi awam mencapai sesuatu standard kecemerlangan dengan merujuk kepada pengalaman organisasi awam atau swasta sama ada dalam mahupun luar negara.
- b. Analisis sentimen semakin penting untuk dilaksanakan bagi memastikan strategi komunikasi dan perkhidmatan yang ditawarkan adalah selari dengan keperluan dan jangkaan rakyat dalam era digital.

- c. Analisis sentimen merujuk kepada usaha untuk memahami emosi atau perasaan pengguna berdasarkan data dari sumber-sumber seperti laporan, berita, blog, forum, kajian, tinjauan, media elektronik, media sosial dan aduan. Ia dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang persepsi dan emosi rakyat terhadap inisiatif kerajaan atau organisasi. Ia mampu mengesan tanggapan positif, negatif atau neutral yang wujud dalam masyarakat, sekaligus membantu dalam mengenal pasti isu yang memerlukan tindakan segera dan dijadikan kayu ukur untuk menilai keberkesanan kempen atau inisiatif tertentu.
- d. Penggunaan kecerdasan buatan seperti AI generatif, Large Language Model (LLM) dan Natural Language Processing (NLP) mampu membantu agensi kerajaan menganalisis maklumat dan data, memberikan ramalan yang tepat dan memperbaiki pengalaman rakyat secara proaktif dengan menyelesaikan masalah yang diramalkan lebih awal.

BAB 3: PENUTUP

- 3.1 Pengurusan perhubungan pelanggan adalah dinamik dan akan sentiasa berubah mengikut perkembangan semasa terutamanya dari aspek teknologi dan berdasarkan trend permintaan pelanggan serta penawaran perkhidmatan oleh agensi. Pada masa yang sama, agensi hendaklah mematuhi tata kelola dan etika kerja dengan merujuk kepada pekeliling berkaitan yang berkuat kuasa.
- 3.2 Dalam hal ini, pemantapan pengurusan perhubungan pelanggan sektor awam perlu meliputi strategi yang lengkap iaitu dari segi perancangan, pelaksanaan, pematuhan serta penambahbaikan berterusan untuk memastikan penyampaian perkhidmatan yang berpaksikan rakyat dapat direalisasikan.
- 3.3 Justeru, impak daripada pengurusan perhubungan pelanggan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap penyampaian perkhidmatan kerajaan dan seterusnya meningkatkan keyakinan rakyat terhadap penawaran perkhidmatan kerajaan yang holistik.

PANDUAN PELAKSANAAN PIAGAM PELANGGAN

1. Definisi

Piagam Pelanggan ialah satu komitmen bertulis agensi terhadap penyampaian perkhidmatannya kepada pelanggan melalui pendekatan yang terbuka, jelas dan telus. Ia juga merupakan satu jaminan untuk menyampaikan perkhidmatan mengikut standard kualiti yang ditetapkan. Dari sudut pandangan pelanggan pula, Piagam Pelanggan memberi jaminan terhadap tahap kualiti perkhidmatan yang dijanjikan kepada mereka.

2. Skop

Piagam Pelanggan memberi fokus kepada perkhidmatan teras sesebuah organisasi. Standard kualiti perkhidmatan bagi setiap perkhidmatan teras perlu ditetapkan dengan mengambil kira kapasiti dan keupayaan agensi serta kehendak pelanggan dan pemegang taruh. Di samping meningkatkan kualiti dan produktiviti agensi, Piagam Pelanggan juga berperanan sebagai pemacu perubahan kepada budaya kerja cemerlang ke arah penyampaian perkhidmatan yang lebih responsif, berpaksikan rakyat, memberi tumpuan kepada keberhasilan (*outcome*), berintegriti, beretika dan mesra pelanggan.

3. Ciri-ciri Piagam Pelanggan

Piagam Pelanggan yang baik hendaklah mempunyai ciri-ciri berikut:

a. Jelas

Piagam Pelanggan hendaklah jelas, ringkas dan mudah difahami. Maklumat di dalamnya hendaklah menyatakan hanya perkara-perkara utama berkaitan perkhidmatan teras dengan tepat.

b. Kebolehpercayaan

Piagam Pelanggan hendaklah ditetapkan mengikut kapasiti dan keupayaan organisasi yang merangkumi sumber seperti tenaga manusia, teknologi,

kewangan serta infrastruktur dan prasarana. Piagam yang dibentuk hendaklah menjadi satu jaminan yang dapat memenuhi janji kepada pelanggan dan mampu disampaikan oleh organisasi.

c. **Praktikal**

Piagam Pelanggan hendaklah praktikal dan bersesuaian dengan kapasiti dan kemampuan organisasi. Perancangan dan kajian yang teliti diperlukan untuk menentukan janji perkhidmatan yang sejajar dengan kemampuan organisasi.

d. **Khusus**

Piagam Pelanggan yang khusus adalah jaminan perkhidmatan yang mempunyai ketepatan dari segi masa, bilangan, tempat atau harga. Ia mempunyai ciri-ciri yang mudah diukur dan difahami.

e. **Boleh ditambah baik**

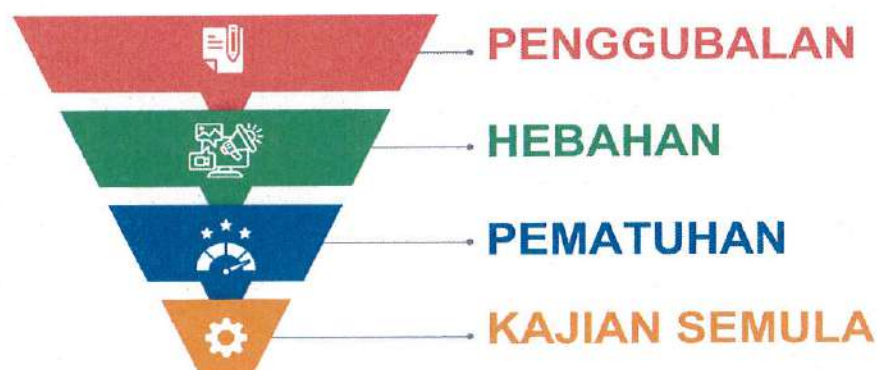
Piagam Pelanggan perlu ditambah baik dari semasa ke semasa mengikut keperluan pelanggan, persekitaran dan perubahan teknologi. Penambahbaikan perkhidmatan hendaklah sejajar dengan perkembangan teknologi, peningkatan kepakaran dan kecekapan sumber manusia, pertambahan sumber kewangan dan penambahbaikan proses kerja.

4. Pelaksanaan Piagam Pelanggan

Pelaksanaan Piagam Pelanggan merangkumi empat (4) langkah seperti berikut:

i. **Penggubalan Piagam Pelanggan**

Proses penggubalan Piagam Pelanggan melibatkan dua (2) perkara iaitu:



Rajah 4: Pelaksanaan Piagam Pelanggan

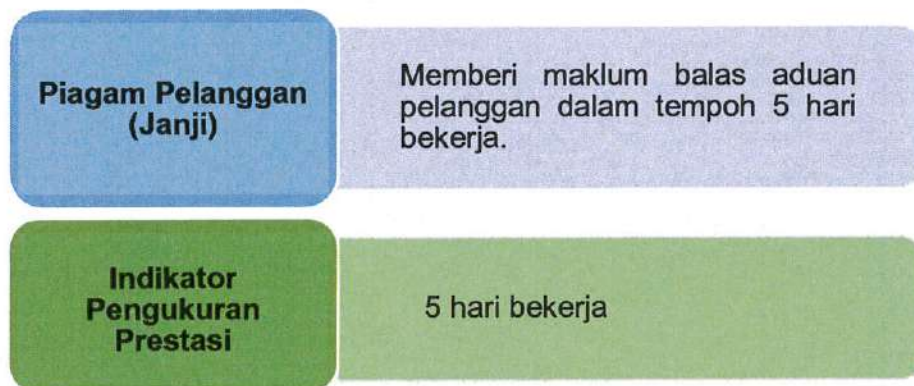
(1) Menentukan standard kualiti perkhidmatan

Keperluan pelanggan boleh dikenal pasti melalui kaji selidik, perbincangan kumpulan berfokus dan sesi libat urus. Keperluan pelanggan yang telah dikenal pasti, merangkumi pelanggan dalaman dan luaran, hendaklah diterjemahkan kepada standard kualiti perkhidmatan yang realistik untuk memastikan setiap janji yang dibuat dapat dipenuhi. Standard kualiti perkhidmatan perlu dapat diukur sebaik mungkin, contohnya dari segi ketepatan masa pemprosesan permohonan, jumlah output yang dihasilkan, tempoh masa penyelesaian aduan atau penetapan tahap kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini, penggunaan mekanisme sedia ada seperti Sistem Pengurusan Kualiti berasaskan *International Organization for Standardization* (ISO) boleh diguna pakai mengikut kesesuaian dan penggunaannya di agensi. Standard kualiti perkhidmatan boleh disediakan menggunakan kaedah SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Time-bound).

(2) Menyediakan Piagam Pelanggan

Piagam Pelanggan hendaklah disediakan dalam bahasa yang mudah, ringkas, jelas, senang dibaca dan difahami. Piagam Pelanggan hendaklah disediakan dalam Bahasa Melayu dan boleh juga disediakan dalam pelbagai bahasa lain mengikut kesesuaian agensi. Standard kualiti untuk perkhidmatan teras yang dimuatkan dalam Piagam Pelanggan perlu selaras dengan PSO dan PSP agensi. Piagam Pelanggan agensi perlu mengandungi komponen seperti contoh berikut:



Rajah 5: Contoh Piagam Pelanggan

ii. Hebahan

Piagam Pelanggan hendaklah dihebahkan untuk makluman dan rujukan pelanggan menerusi saluran dan format bersesuaian. Hebahan boleh dilaksanakan menerusi media cetak dan media elektronik seperti papan kenyataan, laman web, aplikasi mudah alih dan risalah. Piagam Pelanggan boleh dipamerkan sepanjang masa di tempat yang mudah dilihat oleh pelanggan seperti di kaunter perkhidmatan.

Hebahan dalaman juga perlu dibuat kepada semua pegawai di agensi supaya mereka memahami dan menghayatinya. Ini dapat meningkatkan komitmen mereka untuk memberikan perkhidmatan yang cemerlang bagi memenuhi janji-janji yang telah dinyatakan.

iii. Pematuhan

Setiap pelaksanaan strategi, program dan aktiviti memerlukan mekanisme pemantauan/audit kualiti yang jelas dan konsisten untuk memastikan keberkesanan seperti yang disasarkan. Ia sebagai satu kawalan kualiti penyampaian perkhidmatan ke atas Piagam Pelanggan yang dijanjikan oleh agensi kepada pelanggan.

Agensi perlu membuat pemantauan secara berkala dan menyediakan analisis pencapaian Piagam Pelanggan. Prestasi perlu dilaporkan kepada pihak pengurusan atasan agensi untuk makluman dan penambahbaikan berterusan.

Tindakan segera perlu diambil sekiranya Piagam Pelanggan tidak mencapai sasaran yang ditetapkan.

iv. Kajian Semula dan Penambahbaikan

Tindakan susulan daripada hasil pematuhan perlu diambil perhatian serius bagi menambah baik pelaksanaan Piagam Pelanggan. Piagam Pelanggan agensi perlu dikaji semula sekurang-kurangnya sekali dalam tempoh 12 bulan untuk memastikan Piagam Pelanggan sentiasa relevan dan dikemas kini (jika perlu).

PANDUAN LAYANAN PERKHIDMATAN PELANGGAN

1. Pengenalan

Panduan ini adalah untuk semua pegawai awam, terutamanya yang bekerja di kaunter, petugas barisan hadapan serta petugas yang mengurus perkhidmatan digital. Rakyat dilihat sebagai pelanggan utama yang perlu dilayani dengan penuh rasa tanggungjawab dan kemuliaan. Oleh itu, pendekatan ini menekankan perkhidmatan yang menyantuni rakyat, memastikan bahawa setiap individu yang berurusan dengan agensi kerajaan diperlakukan dengan adil, hormat dan mesra. Panduan ini mementingkan interaksi berkualiti tinggi, tingkah laku beretika dan kepuasan pelanggan sebagai asas dalam mencapai perkhidmatan yang cekap dan berkesan.

2. Ciri-ciri Kecemerlangan Petugas Barisan Hadapan

Panduan ini menggariskan lapan (8) ciri utama yang perlu ada pada setiap petugas barisan hadapan untuk mewujudkan pengalaman pelanggan yang positif dan cemerlang. Berikut adalah ciri-ciri tersebut:

- i. **Senyum:** Pegawai harus memberi salam dengan mesra dan menyapa pelanggan dengan senyuman bagi mewujudkan suasana yang positif dan mesra. Pegawai perlu bersikap sopan santun dalam setiap interaksi.
- ii. **Mendengar:** Mengamalkan sikap mendengar dan memberikan ruang kepada pelanggan untuk bertanya soalan dan sebagainya.
- iii. **Empati:** Pegawai perlu menunjukkan rasa peduli terhadap organisasi dan pelanggannya dengan memahami keperluan dan kebimbangan pelanggan. Pegawai harus melaksanakan tugas dengan penuh keluhuran, keikhlasan dan komited.
- iv. **Sensitif dan Psikologi Berbalik:** Peka terhadap keperluan semua pelanggan dan memahami situasi yang dihadapi oleh mereka.
- v. **Memahami Pelanggan:** Menyedari dan memahami bahawa setiap pelanggan amat memerlukan perkhidmatan kita.

- vi. **Segera dan Pantas:** Memberi respons dan melayani pelanggan tanpa kelewatan yang tidak perlu. Pegawai perlu yakin dengan kebolehan diri dalam memberi perkhidmatan yang terbaik.
- vii. **Sempurna dan Menyelesaikan Masalah:** Menyampaikan perkhidmatan yang lengkap dan berkualiti tinggi untuk memenuhi jangkaan pelanggan. Pegawai perlu sentiasa melakukan penambahbaikan dan pembaharuan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.
- viii. **Komited dan Berpengetahuan:** Pegawai perlu mempunyai pengetahuan yang mendalam dan arif dalam setiap tindakan dan keputusan untuk memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan.

3. Teras Layanan Perkhidmatan Pelanggan

Pengurusan perhubungan pelanggan menekankan perkhidmatan pelanggan yang sopan, mesra, beretika dan sedia membantu bagi meningkatkan kualiti layanan dan pengalaman pelanggan.

3.1 Asas Kesopanan

Asas kesopanan adalah amalan yang menonjolkan budi pekerti dalam hubungan antara pegawai awam dan pelanggan, yang merangkumi sikap saling menghormati dan menjaga kualiti kerja.

Elemen Kesopanan:

- a. **Riak Muka:** Memastikan ekspresi wajah mesra, seperti senyuman yang ikhlas.
- b. **Tutur Kata (Budi Bahasa):** Menggunakan panggilan yang sesuai seperti "Encik", "Puan" dan menghindari panggilan yang tidak rasmi kecuali diminta oleh pelanggan.
- c. **Bahasa dan Gerak Badan:** Menggunakan gerak badan yang sopan, seperti memandang mata pelanggan, mengangguk dan menggunakan dua tangan untuk menerima dokumen.

Keberhasilan Asas Kesopanan:

- a. Memupuk hubungan yang saling menghormati antara petugas dan pelanggan.

- b. Menonjolkan imej perkhidmatan awam yang berkualiti, profesional dan mesra pelanggan.

Contoh Amalan Kesopanan:

- a. Sentiasa mengucapkan terima kasih setelah selesai setiap urusan.
- b. Menunjuk arah kepada pelanggan menggunakan tapak tangan searas dada.
- c. Menggunakan panggilan hormat yang betul seperti Tuan/Encik, Puan/Cik atau gelaran Darjah Kebesaran (jika ada).

3.2 Etika Berpakaian

Agensi boleh menentukan kod etika berpakaian yang sopan dan bersesuaian untuk dirujuk oleh pelanggan yang berurusan di premis kerajaan. Walau bagaimanapun, bagi pelanggan yang tidak mematuhi kod etika tersebut, agensi perlu membenarkan pelanggan berurusan dan menasihati untuk mematuhi kod etika berpakaian pada masa akan datang.

Bagi memastikan pelanggan dimaklumkan dan mematuhi kod etika berpakaian sewaktu berurusan dengan agensi kerajaan, pernyataan **“PELANGGAN HENDAKLAH BERPAKAIAN SOPAN DAN BERSESUAIAN”** perlu dipamerkan di tempat yang mudah dilihat dan menjadi tumpuan, termasuk dalam portal dan media sosial. Hebahan secara berterusan perlu dijalankan oleh agensi kerajaan supaya pelanggan sentiasa cakna dengan etika berpakaian tersebut.

3.3 Amalan Perkhidmatan Mesra

Perkhidmatan mesra adalah kunci untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan mewujudkan suasana yang menyenangkan. Ini melibatkan komunikasi yang baik dan layanan yang penuh perhatian.

Keberhasilan Amalan Mesra:

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan mesra.
- b. Memberikan kesan yang positif terhadap perkhidmatan awam dan meningkatkan keyakinan rakyat terhadap institusi kerajaan.

Contoh Amalan Perkhidmatan Mesra:

- a. Mengadakan "perbualan kecil" dengan pelanggan untuk menunjukkan rasa peduli tetapi perlu dilakukan dengan berhati-hati agar tidak mengganggu kelancaran urusan.
- b. Mengucapkan salam dan menanyakan khabar pelanggan sebagai tanda penghargaan.
- c. Memperkenalkan diri kepada pelanggan sebelum memulakan urusan, menunjukkan keterbukaan dan kesediaan membantu.

4. Kaedah Layanan Pelanggan yang Patut Diamalkan

Dalam usaha mempertingkatkan keberkesanan perkhidmatan pelanggan, agensi awam perlu memanfaatkan pelbagai saluran untuk berinteraksi dengan pelanggan dan menyampaikan perkhidmatan. Setiap saluran ini perlu diuruskan dengan profesionalisme seperti berikut:

A. Saluran Digital

Setiap agensi wajar mengutamakan Perkhidmatan Pelanggan Digital (Digital Customer Service, DCS) dengan memanfaatkan teknologi digital terkini dan sistem pengurusan pelanggan (CRM) bersepadu untuk penyampaian perkhidmatan dan perhubungan pelanggan sepenuhnya dalam persekitaran digital. Pelanggan hendaklah boleh beralih antara saluran dengan mudah dalam persekitaran DCS. Petugas boleh membantu pelanggan dengan cepat apabila boleh merujuk kepada maklumat pelanggan di dalam CRM dan mengetahui permasalahan pelanggan dengan adanya teknologi DCS. Contohnya, pelanggan boleh beralih daripada mendapatkan maklumat dalam portal ke perkhidmatan dalam talian, diikuti dengan panggilan telefon kepada Meja Bantuan menerusi peranti digital yang sama. Ini adalah cara baharu untuk menyampaikan nilai kepada pelanggan.

DCS adalah selari dengan pendekatan "Digital First" sebagai strategi mengutamakan penggunaan teknologi digital dalam penyampaian perkhidmatan. Maklumat, perkhidmatan dan interaksi dengan rakyat hendaklah boleh diakses secara digital, mudah digunakan dan memenuhi keperluan rakyat.

4.1 Laman Web/Portal

Laman web atau portal adalah platform digital yang berfungsi sebagai gerbang utama untuk mengakses maklumat rasmi, perkhidmatan dan interaksi dengan agensi kerajaan. Pelanggan boleh mengakses laman web pada bila-bila masa dan di mana sahaja.

Layanan perkhidmatan pelanggan menerusi laman web/portal adalah seperti berikut:

- a. Kandungan laman web hendaklah tepat, terkini dan relevan. Ia perlu dikemas kini secara berkala dan setiap kali berlaku perubahan.
- b. Gunakan alat analitik seperti Google Analytics untuk memantau tingkah laku pengguna dan mengenal pasti kandungan yang paling popular atau memerlukan penambahbaikan.
- c. Aduan teknikal berkaitan laman web perlu ditangani segera untuk memastikan pengalaman pengguna tidak terjejas.
- d. Soalan Lazim (FAQ) interaktif boleh disediakan dalam laman web bagi membolehkan pelanggan mencari jawapan segera kepada soalan lazim berdasarkan kata kunci yang dimasukkan. Sistem ini boleh diintegrasikan dengan Chatbot untuk menangani pertanyaan standard dan LiveChat sekiranya isu yang kompleks perlu diselesaikan.
- e. Pelanggan boleh mengemukakan pertanyaan, maklum balas, aduan dan cadangan dalam portal rasmi agensi.
 - Pastikan maklum balas akuan terima serta-merta dapat diberikan kepada pengguna seperti templat maklum balas automatik. Contoh: "Terima kasih kerana menggunakan perkhidmatan agensi kami. Maklumat anda telah direkodkan dan akan diambil tindakan oleh pihak kami".
 - Merekodkan pertanyaan, maklum balas, aduan dan cadangan yang diterima.
 - Membalas pertanyaan, maklum balas, aduan dan cadangan menggunakan bahasa formal dalam tempoh masa yang ditetapkan, seperti tiga (3) atau lima (5) hari bekerja.
 - Pegawai boleh mendapatkan perincian pertanyaan, maklum balas, aduan dan cadangan serta dokumen sokongan (jika perlu).
 - Sekiranya perkara yang dibangkitkan dapat diselesaikan dengan segera, keputusan tersebut hendaklah dimaklumkan kepada pelanggan.

- Sekiranya perkara yang dibangkitkan mengambil masa untuk diselesaikan dan perlu dirujuk kepada pegawai atau bahagian yang bertanggungjawab, pelanggan hendaklah dimaklumkan terlebih dahulu.
- Jika pertanyaan atau permasalahan telah diselesaikan, pegawai perlu menggunakan kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra untuk menutup komunikasi tersebut. Contoh: "Terima kasih kerana menggunakan perkhidmatan kami. Keprihatinan tuan/puan amat kami hargai".

4.2 Perkhidmatan Dalam Talian/Aplikasi Mudah Alih

Perkhidmatan Dalam Talian/Aplikasi Mudah Alih menawarkan capaian kepada maklumat dan perkhidmatan, termasuk pendaftaran pengguna, panduan, permohonan, notifikasi pembayaran, status permohonan, bantuan, pertanyaan dan aduan. Perkhidmatan dalam talian/Aplikasi mudah alih hendaklah mesra pengguna dan responsif dengan reka bentuk intuitif.

Pegawai perlu mengendalikan urusan melalui perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih seperti berikut:

- a. Memastikan sistem perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih yang digunakan adalah sistem perkhidmatan dalam talian/aplikasi rasmi agensi.
- b. Memastikan pelanggan menerima notifikasi akuan terima dalam sistem perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih dan akuan terima permohonan pelanggan turut dihantar melalui e-mel.
- c. Sistem perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih hendaklah mempunyai fungsi bantuan, pertanyaan atau aduan bagi membantu pengguna melengkapkan transaksi dengan cekap dan betul.
- d. Bantuan, pertanyaan atau aduan mengenai perkhidmatan sebaik-baiknya dapat diurus secara *real-time* oleh Chatbot/LiveChat atau menggunakan teknologi terkini seperti *collaborative browsing* (Co-Browsing) menerusi sistem permohonan dalam talian/aplikasi mudah alih tersebut.
- e. Sekiranya bantuan, pertanyaan atau aduan mengambil masa untuk diselesaikan dan perlu dirujuk kepada pegawai atau bahagian yang bertanggungjawab, pelanggan hendaklah dimaklumkan. Maklumat berikut mestilah dinyatakan:

- Tempoh masa yang diperlukan untuk mengambil tindakan dan menyelesaikan permohonan/perkara yang dibangkitkan; dan
 - Maklumat pegawai yang boleh dihubungi seperti nama, nombor telefon dan alamat e-mel.
- f. Memaklumkan status permohonan dalam talian/aplikasi mudah alih secara berkala di dalam sistem dan e-mel.
- g. Bahasa formal dan kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra hendaklah digunakan sepanjang urusan dalam talian.

4.3 Chatbot/LiveChat

Chatbot (Pembantu Maya) adalah penyelesaian perisian atau program komputer yang mensimulasikan perbualan manusia melalui interaksi suara atau teks. Chatbot mampu memahami input dalam bentuk teks bertulis (dan kadangkala pertuturan) serta memberikan pelbagai respons terhadap pertanyaan. Pemanfaatan teknologi terkini memastikan respons yang pantas dan konsisten terhadap pertanyaan pelanggan, meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkukuhkan kecekapan penyampaian perkhidmatan melalui saluran digital yang selamat, mesra pengguna dan mudah diakses.

Terdapat dua jenis chatbot yang digunakan, iaitu *Rule-Based* Chatbot (Pembantu Maya Berdasarkan Peraturan) dan *AI-Powered* Chatbot (Pembantu Maya AI).

Rule-Based Chatbot beroperasi berdasarkan skrip yang telah ditetapkan dan bertindak mengikut peraturan yang diberikan untuk menjawab soalan atau menyelesaikan masalah pengguna. Chatbot ini hanya boleh memberikan respons berdasarkan situasi atau soalan yang sudah ditentukan. Ia tidak mampu belajar atau menyesuaikan diri dengan situasi baru. Ia lebih sesuai untuk menangani pertanyaan yang rutin dan mudah. Kelebihannya adalah respons yang cepat dan tepat untuk soalan yang telah diprogramkan.

Manakala *AI-Powered* Chatbot menggunakan kecerdasan buatan untuk memahami dan menjawab soalan pengguna dengan lebih fleksibel dan adaptif. Ia tidak bergantung kepada set peraturan tetap, tetapi belajar daripada interaksi pengguna

dan boleh menyesuaikan respons berdasarkan konteks atau data baru. Chatbot ini boleh menangani situasi yang lebih kompleks dan mampu meningkatkan kualiti respons seiring dengan perkembangan data dan kecerdasan buatan. Ia lebih sesuai untuk perbualan yang memerlukan pemahaman mendalam dan penyelesaian yang lebih dinamik. Kelebihan utama adalah kemampuannya untuk belajar dan menyesuaikan diri dengan keperluan pengguna yang berubah.

Pengendalian medium Chatbot boleh merujuk kepada perkara-perkara seperti berikut:

Rule-Based Chatbot

- a. Identiti pengguna disahkan untuk keselamatan data.
- b. Chatbot disediakan dengan skrip dan protokol respons yang lengkap dan terperinci untuk menjawab soalan lazim atau membantu menyelesaikan masalah biasa yang dihadapi oleh pengguna.
- c. Chatbot memberikan penyelesaian automatik untuk masalah mudah berdasarkan set peraturan yang telah ditetapkan, tanpa memerlukan campur tangan manusia. Sekiranya chatbot tidak dapat menyelesaikan masalah atau jika soalan pengguna terlalu kompleks, kesnya perlu dipindah kepada pegawai untuk tindakan selanjutnya.
- d. Prestasi chatbot perlu sentiasa dipantau dan dikemas kini secara berkala untuk memastikan chatbot sentiasa relevan dan berkesan.

AI-Powered Chatbot

- a. Pengesahan identiti pengguna dijalankan untuk memastikan keselamatan data.
- b. Pembantu Maya AI (Chatbot) perlu dilatih dengan data yang komprehensif dan dikemas kini secara berkala untuk memahami soalan dan konteks yang lebih kompleks.
- c. Pembantu Maya AI memerlukan input dan data (pengetahuan) untuk memahami dan memberikan jawapan yang lebih tepat berdasarkan pembelajaran mesin dan kecerdasan buatan.
- d. Pembantu Maya AI boleh menyelesaikan masalah dengan lebih fleksibel dan adaptif, tetapi jika soalan terlalu kompleks atau di luar daripada pemahamannya, kes akan dipindahkan kepada pegawai untuk tindakan lanjut.

- e. Integriti dan kualiti data perlu disahkan secara berterusan. Data yang digunakan untuk melatih chatbot perlu dikemas kini dan dilatih secara berterusan untuk memastikan chatbot tetap relevan dan berkesan.
- f. Prestasi chatbot perlu dipantau dan dianalisis untuk memastikan ia terus berfungsi dengan baik dan relevan dengan keperluan pengguna.

LiveChat

LiveChat (Sembang Langsung) merujuk kepada perkhidmatan komunikasi digital yang membolehkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan petugas perkhidmatan pelanggan melalui perbualan mesej secara masa nyata. Ia digunakan di laman web, perkhidmatan dalam talian dan aplikasi mudah alih untuk memberikan bantuan segera kepada pengunjung atau pelanggan serta menjawab sebarang pertanyaan atau masalah.

Pegawai perlu mengendalikan urusan melalui LiveChat mengikut perkara-perkara seperti berikut:

- a. Respons yang pantas perlu diberikan untuk memastikan pelanggan merasa didengari dan mendapat bantuan segera. Masa respons yang cepat adalah kunci dalam perkhidmatan LiveChat.
- b. Pendekatan yang profesional, penggunaan skrip standard dan protokol respons akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan memberi kesan positif terhadap imej organisasi.
- c. Masalah perlu didengari dan diselesaikan selain menjelaskan prosedur yang perlu diikuti dengan jelas.
- d. Kerahsiaan maklumat perlu dipelihara di samping menghormati tahap privasi sepanjang komunikasi dalam LiveChat.
- e. Maklumat yang sahih dan tepat wajar disampaikan bagi mengelakkan sebarang kekeliruan.
- f. Penutupan perbualan perlu dibuat dengan baik semasa tamatnya setiap sesi Livechat agar pelanggan berpuas hati. Pegawai juga perlu memberi saluran untuk pertanyaan lanjut (jika perlu).
- g. Pegawai perlu memastikan setiap perbualan direkodkan dan dianalisis untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan di masa hadapan.

Menerusi pengurusan yang cekap melalui Chatbot/LiveChat, pegawai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempercepatkan proses penyelesaian masalah.

4.4 Media Sosial

Media sosial adalah saluran komunikasi digital yang membolehkan agensi kerajaan berkomunikasi secara aktif dengan pelbagai lapisan masyarakat seperti Facebook, X, Instagram dan YouTube. Ia adalah platform strategik untuk menyampaikan maklumat, berinteraksi dengan pengguna dan mendapatkan maklum balas secara langsung.

Agensi boleh menyediakan prosedur operasi standard (SOP) bagi pengurusan dan pengendalian media sosial agensi dan merujuk kepada pekeliling/peraturan/tatacara/panduan yang sedang berkuat kuasa.

Layanan perkhidmatan pelanggan menerusi media sosial adalah seperti berikut:

- a. Memastikan akaun sosial media yang digunakan adalah platform rasmi agensi.
- b. Menyampaikan maklumat rasmi secara pantas serta tepat dengan fakta sahih dan jelas kepada rakyat untuk meningkatkan kepercayaan. Semua kandungan perlu mematuhi Akta Rahsia Rasmi 1972, Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 serta peraturan yang berkaitan.
- c. Kandungan perlu sentiasa dikemas kini dengan fakta yang tepat dan sesuai dengan dasar semasa kerajaan.
- d. Saluran pantas untuk menyebarkan maklumat penting atau menangani isu-isu mendesak.
- e. Tetapkan masa respons maksimum, contohnya 24 jam, untuk menjawab pertanyaan atau aduan.
- f. Adakan sesi siaran langsung atau forum dalam talian untuk berinteraksi terus dengan rakyat.
- g. Membalas pertanyaan, pandangan, cadangan, penghargaan dan aduan menggunakan bahasa formal, kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra serta skrip dan protokol standard.

- h. Pegawai boleh menyarankan pelanggan untuk menggunakan saluran pengurusan pertanyaan dan aduan rasmi kerajaan jika isu tidak dapat diselesaikan di media sosial.
- i. Pantau trend atau isu semasa untuk mengatasi masalah sebelum ia menjadi besar.

4.5 E-mel

E-mel adalah saluran komunikasi bertulis dan formal secara digital yang boleh digunakan oleh agensi kerajaan untuk berinteraksi dengan pelanggan. Ia merupakan rekod rasmi dan memudahkan rujukan.

Cara layanan perkhidmatan pelanggan oleh pegawai yang menguruskan saluran e-mel adalah seperti berikut:

- a. Memastikan penghantaran e-mel rasmi menggunakan akaun e-mel rasmi dan alamat e-mel penerima yang betul.
- b. Templat e-mel standard dan protokol balasan e-mel boleh ditetapkan. Pastikan mesej disesuaikan dengan keperluan pelanggan.
- c. Gunakan bahasa formal dan nada profesional dalam semua mesej. Pastikan ejaan, tatabahasa dan format e-mel adalah betul.
- d. Sebaik-baiknya, akuan penerimaan e-mel dijana secara automatik dan dihantar kepada pelanggan bagi mengaku penerimaan dan memaklumkan tindakan akan diambil menggunakan bahasa formal. Contoh: "Terima kasih kerana menghubungi [Nama Agensi]. E-mel anda telah diterima dan sedang diproses. Kami akan memberi maklum balas dalam masa 3 hari bekerja."
- e. Mengenal pasti urusan pengirim dan mendapatkan maklumat lanjut sekiranya perlu.
- f. Memberi respons segera sekiranya ia membabitkan perkara am yang boleh dicapai menerusi laman web rasmi agensi.
- g. Selepas akuan terima e-mel dihantar, urusan pelanggan hendaklah diselesaikan dalam tempoh masa munasabah yang ditetapkan oleh agensi mengikut kompleksiti dan keutamaan perkara yang dibangkitkan.
- h. Sekiranya perkara yang dibangkitkan mengambil masa untuk diselesaikan dan perlu dirujuk kepada pegawai atau bahagian yang bertanggungjawab, pelanggan hendaklah dimaklumkan mengenai status tindakan secara berkala dalam tempoh

masa munasabah yang ditetapkan oleh agensi, seperti dalam tempoh 3-5 hari bekerja sehingga selesai. Maklumat berikut mestilah dinyatakan di dalam e-mel susulan:

- Tempoh masa yang diperlukan untuk mengambil tindakan dan menyelesaikan perkara yang dibangkitkan.
 - Maklumat pegawai bertanggungjawab yang boleh dihubungi seperti nama, nombor telefon dan alamat e-mel.
 - Memaklumkan kepada pelanggan tindakan penyelesaian atau status terkini perkara yang dibangkitkan.
 - Jika pertanyaan/aduan/permohonan perkhidmatan telah diselesaikan, pegawai perlu menggunakan kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra untuk menutup komunikasi tersebut. Contoh: "Terima kasih kerana menghubungi kami. Jika ada lagi perkara lain yang perlu dibantu, sila maklumkan kepada kami."
- i. Jika isu tidak dapat diselesaikan melalui e-mel, nyatakan langkah selanjutnya dengan jelas kepada pelanggan.
- j. Hubungkan saluran e-mel dengan sistem pengurusan pelanggan untuk menyimpan data pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih peribadi pada masa akan datang.
- k. Simpan salinan setiap e-mel masuk dan keluar untuk tujuan rujukan atau audit.
- l. Elakkan penghantaran e-mel berserta fail kepilang yang bersaiz melebihi 10 megabait (10MB). Untuk mengurangkan saiz fail, pegawai perlu menggunakan kaedah inovatif dalam penghantaran fail seperti menggunakan kaedah muat turun fail dengan memaklumkan lokasi URL atau kaedah pemampatan.

4.6 Collaborative Browsing (Co-Browsing)

Collaborative Browsing (Co-Browsing) atau kolaborasi pelayaran, adalah teknologi yang membolehkan pegawai dan pelanggan berkongsi skrin laman web atau perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih secara langsung tanpa perlu berkongsi keseluruhan skrin peranti mereka.

Teknologi ini digunakan untuk memberikan panduan masa nyata kepada pelanggan semasa mereka melayari laman web atau menyelesaikan masalah tertentu dalam

sistem perkhidmatan. Teknologi ini amat berguna untuk menyelesaikan masalah teknikal/kompleks yang memerlukan penjelasan terperinci atau bimbingan secara langsung. Dengan pengendalian yang betul oleh pegawai terlatih, ia dapat menjadi alat yang sangat berkesan untuk menyelesaikan isu pelanggan dengan cepat dan profesional.

Cara layanan perkhidmatan pelanggan oleh pegawai yang menguruskan saluran Co-Browsing adalah seperti berikut:

- a. Pegawai perlu bersikap sabar dan profesional semasa membantu pelanggan yang mungkin kurang mahir menggunakan teknologi.
- b. Gunakan bahasa yang mudah difahami untuk memberi arahan. Elakkan penggunaan istilah teknikal yang rumit tanpa penjelasan lanjut.
- c. Fahami kesukaran pelanggan dan berikan sokongan dengan nada yang menenangkan dan membantu.
- d. Pegawai perlu mahir dalam teknologi Co-Browsing dan memahami selok-belok sistem yang digunakan untuk memberi panduan yang tepat.
- e. Hormati privasi pelanggan dengan menjelaskan maklumat peribadi tidak dapat dilihat oleh pegawai semasa sesi Co-Browsing.
- f. Sekiranya isu pelanggan tidak dapat diselesaikan semasa sesi Co-Browsing, sediakan panduan bertulis atau teruskan ke saluran lain seperti panggilan telefon atau e-mel.
- g. Gunakan alat seperti penunjuk (pointer) atau pen penyerlah (highlighter) untuk menunjukkan lokasi atau tindakan yang perlu dilakukan oleh pelanggan.
- h. Rekodkan maklumat sesi Co-Browsing untuk penilaian dan penambahbaikan kualiti perkhidmatan.

4.7 Khidmat Pesanan Ringkas (SMS)

Khidmat Pesanan Ringkas (SMS) adalah medium komunikasi yang membolehkan penghantaran mesej teks ringkas antara peranti mudah alih. Dalam konteks perkhidmatan kerajaan, SMS digunakan untuk menyampaikan maklumat penting, notifikasi perkhidmatan, mesej kesedaran awam dan peringatan kepada rakyat dengan cepat dan efisien.

SMS dikategorikan sebagai saluran digital. Walaupun ia dihantar melalui rangkaian selular, penghantaran dan penerimaan mesej berlaku dalam bentuk data digital. Ia boleh diterima tanpa akses internet, sesuai untuk kawasan dengan liputan data yang terhad. Mesej SMS cenderung dibaca oleh penerima dalam masa yang singkat selepas diterima. Ia meningkatkan keberkesanan penyampaian maklumat.

Cara layanan perkhidmatan pelanggan melalui saluran SMS adalah seperti berikut:

- a. Mesej harus disampaikan dengan ringkas dan jelas agar maklumat utama difahami oleh penerima, memandangkan SMS terhad kepada 160 aksara.
- b. Hantar mesej pada waktu yang sesuai untuk mengelakkan gangguan kepada penerima, seperti mengelakkan penghantaran pada waktu malam kecuali untuk kecemasan.
- c. Pastikan nombor telefon dan maklumat peribadi penerima dilindungi mengikut undang-undang privasi data yang berkuat kuasa.
- d. Senarai penerima hendaklah terkini dan relevan untuk memastikan mesej sampai kepada audiens yang tepat.
- e. Berikan pilihan kepada penerima untuk memilih masuk (opt-in) atau keluar (opt-out) daripada perkhidmatan SMS bagi menghormati pilihan mereka.
- f. Analisis kadar penghantaran dan respons untuk menilai keberkesanan kempen SMS dan membuat penambahbaikan (jika perlu).
- g. Untuk perkhidmatan interaktif, sediakan sistem respons automatik yang dapat memberikan maklum balas segera kepada permintaan yang dihantar oleh rakyat melalui SMS.

4.8 Kios

Kios adalah peranti layan diri untuk menyediakan pelbagai perkhidmatan kepada pelanggan secara digital tanpa memerlukan interaksi langsung dengan pegawai. Kios dilengkapi dengan skrin sentuh interaktif dan perisian khusus untuk transaksi seperti pembayaran bil/cukai/yuran, cetakan dokumen, pendaftaran dan penyampaian perkhidmatan atau hebahan maklumat awam.

Rakyat boleh mengakses perkhidmatan kerajaan pada bila-bila masa melalui kios, terutama di lokasi strategik seperti pusat membeli-belah atau stesen pengangkutan

awam. Ia memberikan autonomi kepada pengguna untuk menyelesaikan urusan mereka secara sendiri dan lebih cepat berbanding interaksi di kaunter fizikal.

Cara layanan perkhidmatan pelanggan melalui kiosk adalah seperti berikut:

- a. Pastikan semua kiosk beroperasi dengan baik melalui penyelenggaraan rutin dan pengujian perisian agar kiosk sentiasa berfungsi dengan baik dan mengurangkan sebarang gangguan perkhidmatan.
- b. Pastikan kiosk mudah diakses dan mempunyai reka bentuk yang mesra pelanggan, termasuk memenuhi keperluan OKU.
- c. Sediakan bahan panduan seperti poster, infografik atau video tutorial berhampiran kiosk untuk membantu pengguna.
- d. Pegawai harus bertindak pantas terhadap sebarang isu teknikal untuk mengurangkan gangguan kepada pengguna.
- e. Promosi, pemantauan kekerapan penggunaan kiosk dan penilaian keberkesanan perlu dijalankan bagi memastikan perkhidmatan melalui kiosk sentiasa relevan dan memenuhi keperluan pelanggan.
- f. Pastikan semua maklumat dalam kiosk sentiasa terkini dan relevan dengan keperluan pelanggan.
- g. Pegawai perlu memastikan semua transaksi melalui kiosk adalah selamat dan mematuhi undang-undang privasi data.

4.9 Panggilan video

Teknologi terkini membolehkan panggilan video dengan audio dan visual melalui internet. Ia adalah satu daripada saluran Pendigitalan Pengurusan Pelanggan (DCS) yang membolehkan agensi membantu pelanggan secara bersemuka secara digital tanpa halangan geografi. Ia lebih peribadi dan memudahkan penjelasan masalah yang rumit. Ia sesuai digunakan dalam mesyuarat dalam talian dan pembelajaran jarak jauh. Panggilan video menjadi saluran komunikasi yang semakin penting dalam meningkatkan kualiti layanan, aksesibiliti dan kepuasan rakyat. Ia boleh diintegrasikan dalam pusat panggilan dan teleperubatan. Terdapat pelbagai perisian panggilan video seperti Google Meet, Zoom dan Microsoft Teams.

Cara layanan perkhidmatan pelanggan melalui panggilan video adalah seperti berikut:

- a. Memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik sebelum sesi bermula.
- b. Pastikan panggilan video menggunakan penyulitan untuk keselamatan data.
- c. Berbicara dengan jelas dan memastikan maklumat disampaikan dengan tepat.
- d. Mematuhi jadual yang ditetapkan dan menghormati masa peserta lain.
- e. Mencatat perkara penting yang dibincangkan dan mengambil tindakan susulan (jika perlu).

B. Saluran Fizikal

4.10 Kaunter/Kaunter Bergerak/Pandu Lalu

Saluran kaunter, kaunter bergerak dan pandu lalu memainkan peranan penting dalam penyampaian perkhidmatan kerajaan kepada masyarakat.

Kaunter

Perkhidmatan kaunter adalah lokasi fizikal di mana pelanggan berinteraksi secara langsung dengan pegawai untuk mendapatkan maklumat, perkhidmatan atau menyelesaikan urusan tertentu dengan segera. Kaunter ditempatkan di pejabat kerajaan, pusat perkhidmatan atau lokasi strategik lain yang mudah diakses oleh orang ramai.

Cadangan layanan melalui saluran kaunter adalah seperti berikut:

- a. Mempamerkan dengan jelas waktu sebenar perkhidmatan kaunter di pintu masuk utama pejabat, laman web, brosur dan media sosial.
- b. Memastikan pelanggan yang berurusan dilayan mengikut giliran, cepat dan tepat.
- c. Sistem nombor giliran boleh digunakan sama ada secara manual atau digital.
- d. Pegawai harus bersikap ramah, sopan dan membantu dalam setiap interaksi.
- e. Memastikan pegawai terlatih dengan baik dan mempunyai pengetahuan lengkap mengenai perkhidmatan yang ditawarkan.
- f. Merekodkan maklumat pelanggan baharu seperti nama, nombor telefon, alamat surat-menyurat, e-mel, tarikh, masa urusan dibuat dan perkara yang dikemukakan.

- g. Bagi perkhidmatan yang melibatkan bukan warganegara, sebaik-baiknya pegawai mempunyai kemahiran berbahasa Inggeris yang baik.
- h. Mengurus waktu dengan efisien untuk mengurangkan masa menunggu pelanggan.
- i. Menggalakkan pelanggan menggunakan perkhidmatan secara digital/kios yang disediakan (jika ada). Kemudahan *workstation* dengan talian internet/kios yang baik di kaunter hendaklah disediakan supaya pelanggan boleh melakukan transaksi yang dikehendaki dengan bantuan pegawai.
- j. Sekiranya perkara yang dibangkitkan mengambil masa untuk diselesaikan dan perlu dirujuk kepada pegawai atau bahagian yang bertanggungjawab, pelanggan hendaklah dimaklumkan terlebih dahulu dalam tempoh masa yang ditetapkan oleh agensi seperti tujuh (7) hari bekerja selepas akuan terima dihantar mengenai perkara-perkara berikut:
 - Tempoh masa yang diperlukan untuk mengambil tindakan dan menyelesaikan perkara yang dibangkitkan.
 - Maklumat mengenai pegawai yang boleh dihubungi seperti nama, nombor telefon dan alamat e-mel.
 - Memaklumkan kepada pelanggan tindakan penyelesaian atau status terkini perkara yang dibangkitkan.
 - Jika pertanyaan atau permasalahan telah diselesaikan, pegawai perlu interaksi mesra untuk menutup komunikasi tersebut. Contoh: "Terima kasih kerana menggunakan perkhidmatan kami. Keprihatinan tuan/puan amat kami hargai."

Kaunter Bergerak

Kaunter bergerak adalah perkhidmatan yang menggunakan kenderaan khusus untuk membawa perkhidmatan kerajaan ke lokasi yang jauh dari pejabat kerajaan seperti di luar bandar dan pedalaman. Ia memastikan inklusiviti dalam penyampaian perkhidmatan.

Cadangan layanan melalui saluran kaunter bergerak adalah seperti berikut:

- a. Kenderaan kaunter bergerak dilengkapi dengan peralatan yang diperlukan, dikendalikan oleh pegawai terlatih dan bergerak mengikut jadual.
- b. Memaklumkan jadual dan lokasi kaunter bergerak kepada komuniti sasaran melalui pelbagai saluran komunikasi.

- c. Menyesuaikan perkhidmatan mengikut keperluan spesifik komuniti setempat.
- d. Memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik untuk memberikan perkhidmatan yang setara dengan kaunter tetap.

Kaunter Pandu Lalu

Kaunter pandu lalu membolehkan pelanggan mendapatkan perkhidmatan tanpa perlu keluar dari kenderaan mereka. Ia sesuai untuk penyampaian perkhidmatan yang memerlukan interaksi singkat.

Walaupun asas layanan adalah serupa bagi ketiga-tiga saluran perkhidmatan, pendekatan operasional dan fokus layanan perlu disesuaikan mengikut jenis saluran untuk memastikan keberkesanan dan kepuasan pelanggan yang optimum.

C. Saluran Konvensional

4.11 Telefon/Talian penting (Hotline)

Saluran Telefon/Talian Penting (Hotline) adalah medium komunikasi yang membolehkan orang awam berinteraksi terus dengan agensi kerajaan untuk mendapatkan maklumat, bantuan atau membuat aduan dengan cepat tanpa perlu melalui prosedur yang rumit. Pusat panggilan mengendalikan talian penting (hotline) berupaya memberikan tindak balas segera terhadap situasi kritikal atau pertanyaan penting.

Walau pun panggilan telefon diletakkan dalam kategori saluran konvensional kerana ia merupakan panggilan analog yang boleh dibuat menggunakan talian tetap atau mudah alih, panggilan telefon juga boleh dibuat melalui sambungan internet (Voice over Internet Protocol, VoIP) seperti Google Meet dan WhatsApp.

Interaksi melalui telefon yang baik di antara pegawai barisan hadapan dengan pelanggan akan dapat meningkatkan imej dan persepsi pelanggan terhadap agensi.

Cara layanan perkhidmatan melalui telefon adalah seperti berikut:

- a. Panggilan wajar dijawab dalam 3 hingga 5 deringan, bersamaan dengan masa respons sekitar 15-20 saat. Panggilan hotline kecemasan harus dijawab serta-merta atau dalam 1-2 deringan kerana bersifat panggilan kritikal.
- b. Gunakan sistem pengurusan panggilan bersesuaian dan terbaik untuk memantau masa respons, memastikan kepatuhan terhadap standard yang ditetapkan serta merekod dan menjejak panggilan bagi tujuan penambahbaikan perkhidmatan.
- c. Pastikan terdapat pegawai yang mencukupi untuk menangani panggilan masuk, terutamanya semasa waktu puncak atau krisis.
- d. Sekiranya panggilan tidak dapat dijawab dalam had masa yang ditetapkan, ia boleh:
 - Dipindahkan ke IVR (Interactive Voice Response) untuk menyaring atau memberikan jawapan automatik.
 - Dimajukan ke pegawai lain melalui sistem pengurusan panggilan.
 - Memberikan opsyen meninggalkan pesanan beserta maklumat perhubungan.
- e. Pegawai perlu memperkenalkan diri dengan jelas, menyatakan nama dan peranan mereka.
- f. Pegawai memberi jaminan bahawa pelanggan akan dibantu sebaik mungkin.
- g. Gunakan nada suara yang jelas, mesra dan profesional untuk memastikan pelanggan berasa dihargai.
- h. Pastikan semua maklumat yang diberikan adalah tepat dan relevan, serta direkodkan untuk rujukan masa depan.
- i. Menjaga etika kerja dengan bersikap sabar, empati dan responsif terhadap keperluan pemanggil.
- j. Mengendalikan panggilan dengan efisien untuk meminimumkan masa menunggu dan memastikan semua panggilan dilayan dengan segera.
- k. Memaklumkan kepada pelanggan tindakan penyelesaian atau status terkini perkara yang dibangkitkan.
- l. Jika pertanyaan atau permasalahan telah diselesaikan, pegawai perlu menggunakan kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra untuk menutup komunikasi tersebut. Contoh: "Terima kasih kerana menggunakan perkhidmatan kami. Keprihatinan tuan/puan amat kami hargai".

Telefon boleh diintegrasikan dengan sistem pengurusan pelanggan (CRM) dan Perkhidmatan Pelanggan Digital (DCS) untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menjadikan perkhidmatan lebih responsif, peribadi dan cekap. Contohnya, sistem CRM memaparkan maklumat dan sejarah perkhidmatan pelanggan semasa pegawai menerima panggilan di Pusat Panggilan. Selepas panggilan, DCS membolehkan e-mel, SMS atau notifikasi aplikasi mudah alih dihantar kepada pelanggan untuk mengesahkan tindakan yang telah diselesaikan atau mendapatkan tindakan seterusnya daripada pelanggan.

4.12 Meja Bantuan

Meja Bantuan (Help Desk) adalah pusat perkhidmatan yang disediakan untuk mengurus pertanyaan, masalah dan aduan daripada pelanggan/pengguna.

Meja Bantuan boleh diakses melalui pelbagai saluran seperti:

- **Kaunter:** Sokongan langsung di lokasi tertentu untuk pelanggan mendapatkan bantuan bersemuka.
- **Telefon:** Pelanggan menghubungi nombor khusus untuk mendapatkan bantuan.
- **E-mel:** Pengguna menghantar pertanyaan atau aduan melalui e-mel.
- **Perkhidmatan Dalam Talian/Aplikasi Mudah Alih:** Sistem tiket digital membolehkan pengguna melaporkan isu dan memantau statusnya.
- **Chatbot/LiveChat:** Sistem Meja Bantuan boleh diautomasikan dengan Chatbot/LiveChat bagi menjawab pertanyaan.

Cadangan layanan perkhidmatan pelanggan melalui Meja Bantuan adalah seperti berikut:

- a. Menyediakan pegawai yang berpengetahuan dalam pelbagai aspek perkhidmatan.
- b. Pegawai menunjukkan sikap yang positif dan membantu dalam setiap interaksi.
- c. Menjawab pertanyaan dan menyelesaikan masalah dengan segera.
- d. Merekodkan setiap pertanyaan dan tindakan yang diambil untuk tujuan rujukan masa hadapan dan pemantauan prestasi.
- e. Mematuhi SOP, garis panduan dan peraturan yang ditetapkan untuk penyampaian perkhidmatan yang konsisten.

4.13 Surat-menyurat

Pegawai perlu mengendalikan urusan surat-menyurat mengikut perkara-perkara seperti berikut:

- a. Merekodkan surat yang diterima ke dalam fail/daftar rekod surat-menyurat sama ada secara manual atau digital.
- b. Menghantar surat akuan terima kepada pelanggan tidak melebihi tiga (3) hari bekerja daripada tarikh surat diterima.
- c. Sekiranya perkara yang dibangkitkan dapat diselesaikan dengan segera, keputusan tersebut hendaklah dimaklumkan kepada pelanggan dalam surat akuan terima berkenaan.
- d. Sekiranya perkara yang dibangkitkan mengambil masa untuk diselesaikan dan perlu dirujuk kepada pegawai atau bahagian yang bertanggungjawab, pelanggan hendaklah dimaklumkan terlebih dahulu dalam tempoh tujuh (7) hari bekerja selepas akuan terima dihantar mengenai perkara-perkara berikut:
 - Tempoh masa yang diperlukan untuk mengambil tindakan dan menyelesaikan perkara yang dibangkitkan.
 - Maklumat pegawai yang boleh dihubungi seperti nama, nombor telefon dan alamat e-mel/surat-menyurat.
- e. Jika pertanyaan atau permasalahan telah diselesaikan, pegawai perlu menggunakan kata-kata hospitaliti/interaksi sosial/interaksi mesra untuk menutup komunikasi tersebut. Contoh: "Terima kasih kerana menggunakan perkhidmatan kami. Keprihatinan tuan/puan amat kami hargai."

4.14 Faks

Faksimili atau **faks** adalah teknologi menggabungkan fungsi pengimbas, pencetak dan telefon. Ia membolehkan penghantaran salinan dokumen melalui talian telefon. Walaupun penggunaannya telah berkurangan dengan kemajuan teknologi digital, faks masih digunakan dalam beberapa sektor kerajaan di seluruh dunia atas faktor keselamatan mengurangkan risiko serangan siber berbanding e-mel dan tidak memerlukan sambungan internet.

Layanan perkhidmatan pelanggan menerusi saluran faks adalah seperti berikut:

- a. Memastikan mesin faks berfungsi dengan baik dan mempunyai bekalan kertas serta dakwat mencukupi.
- b. Memastikan semua dokumen dihantar dan diterima tanpa ralat.
- c. Dokumen sensitif dikendalikan dengan teliti untuk menjaga privasi pelanggan.
- d. Segera maklumkan kepada pelanggan apabila dokumen mereka telah diterima atau dihantar.

5. Pengurusan Perubahan

Bagi memastikan pelanggan menerima proses perubahan atau peralihan perkhidmatan atau penggunaan saluran baharu dengan baik, tindakan-tindakan yang sesuai dilakukan adalah seperti berikut:

- a. Memaklumkan kepada pelanggan mengenai perubahan yang berlaku dan tujuan.
- b. Membuat pengumuman awal kepada pelanggan mengenai perubahan yang bakal dilaksanakan.
- c. Menyediakan sokongan perubahan dalam bentuk risalah atau panduan untuk rujukan pelanggan dalam pelbagai saluran.
- d. Menganjurkan sesi latihan dan demonstrasi bagi memberi pengetahuan dan kemahiran kepada pelanggan khususnya mengenai perubahan yang akan dilakukan.
- e. Mengamalkan komunikasi berterusan dengan pelanggan khususnya semasa tempoh peralihan; dan
- f. Sentiasa mendengar respons, maklum balas atau aduan pelanggan mengenai perubahan yang dilakukan.

Pengurusan perubahan ini juga terpakai kepada warga kerja yang perlu menguruskan penyampaian perkhidmatan dan perhubungan pelanggan dalam tempoh yang munasabah sebelum berkuat kuasa perkhidmatan atau penggunaan saluran baharu.

6. Kesimpulan

Perkhidmatan pelanggan yang cemerlang adalah asas kepada pencapaian sistem penyampaian perkhidmatan awam yang berkesan dan berfokuskan rakyat. Pegawai awam perlu dilatih dan dilengkapi dengan kemahiran yang bersesuaian untuk menghadapi cabaran dalam memberikan perkhidmatan yang berkualiti tinggi. Usaha berterusan diperlukan bagi meningkatkan keberkesanan perkhidmatan awam dan memastikan keperluan serta ekspektasi pelanggan sentiasa dipenuhi.

PANDUAN PENILAIAN KEPUASAN PELANGGAN

Kepuasan pelanggan adalah penting dalam memastikan mutu perkhidmatan sektor awam sentiasa relevan dan memuaskan rakyat. Agensi Sektor Awam boleh menggunakan panduan ini sebagai rujukan untuk menilai kepuasan pelanggan mengguna pakai instrumen soal selidik. Penggunaan kriteria standard dan soal selidik yang tepat dan relevan akan membolehkan agensi sektor awam mendapat maklum balas pelanggan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan.

1. Kriteria Standard Penilaian Kepuasan Pelanggan

Dalam menilai tahap kepuasan pelanggan, terdapat empat (4) elemen utama yang menjadi asas penilaian iaitu Manusia, Proses, Teknologi serta Infrastruktur dan Prasarana. Setiap elemen mempunyai kriteria-kriteria penilaian yang khusus bagi memastikan setiap aspek perkhidmatan diteliti dan ditambah baik seperti berikut:



Rajah 6: Senarai Elemen dan Kriteria Penilaian Kepuasan Pelanggan

Takrifan Elemen Penilaian Kepuasan Pelanggan

i. Manusia

Elemen manusia adalah mengenai bagaimana pegawai melayani pelanggan. Semua pegawai di sesebuah organisasi yang berhubung dengan pelanggan secara langsung harus memiliki pegangan yang sama iaitu pelanggan perlu dilayani dengan sebaiknya. Bagi elemen manusia, empat (4) kriteria penilaian kepuasan pelanggan utama adalah empati, sikap, kompetensi dan komitmen.

ii. Proses

Proses merujuk kepada langkah-langkah yang dilaksanakan oleh agensi untuk menawarkan perkhidmatan dengan cepat dan konsisten kepada pelanggan seperti yang dijanjikan. Elemen proses iaitu aktiviti di dalam organisasi yang diatur dalam SOP mengurus perkhidmatan dan pelanggan.

Organisasi harus mengemas kini SOP apabila berlaku perubahan agar relevan dengan keperluan dan keadaan semasa. Proses yang seragam dan automasi akan meningkatkan kecekapan dan keberkesanan operasi perkhidmatan. Bagi elemen proses, empat (4) kriteria penilaian kepuasan pelanggan utama ialah kebolehpercayaan, responsif, ketepatan masa dan jaminan.

iii. Teknologi

Elemen teknologi ialah strategi penyampaian maklumat dan perkhidmatan secara digital serta penggunaan teknologi berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan. Organisasi juga harus memilih teknologi terbaik yang boleh memenuhi elemen proses. Bagi elemen teknologi, tiga (3) kriteria penilaian kepuasan pelanggan utama ialah keselamatan data, mesra pengguna dan kebergunaan.

Keselamatan siber yang kukuh adalah asas penting dalam memastikan perlindungan data pelanggan dan integriti sistem komunikasi kerajaan. Langkah seperti pengesahan pengguna, penyulitan data dan pemantauan ancaman siber berterusan perlu diterapkan.

iv. Infrastruktur dan Prasarana

Infrastruktur merujuk kepada kemudahan asas dan sistem yang diperlukan untuk menyokong fungsi sosioekonomi. Prasarana merujuk kepada kemudahan fizikal yang digunakan untuk memenuhi keperluan pengguna. Infrastruktur dan prasarana saling melengkapi bagi menyokong keseluruhan ekosistem penyampaian perkhidmatan. Elemen infrastruktur didapati menjadi keutamaan bagi pelanggan agensi barisan hadapan seperti perkhidmatan kesihatan, keselamatan, pengangkutan dan pihak berkuasa tempatan yang mana kebanyakan perkhidmatan tersebut ditawarkan secara fizikal bersesuaian dengan sifat perkhidmatan agensi tersebut.

Bagi memastikan perkhidmatan digital dapat disampaikan dengan baik, aspek infrastruktur seperti sambungan internet yang stabil dan berkelajuan tinggi, liputan rangkaian yang meluas, pusat data dan pengkomputeran awan serta keselamatan siber adalah amat penting. Selain itu, penggunaan bahan termaju seperti komposit tahan lama dan bahan ringan dalam infrastruktur digital dapat meningkatkan ketahanan serta memastikan keutuhan fasiliti perkhidmatan kerajaan.

Prasarana adalah penting bagi mewujudkan persekitaran yang kondusif seperti menyediakan tempat dan ruang yang selesa kepada pelanggan yang berurusan di pejabat-pejabat agensi kerajaan. Ketersediaan fasiliti juga perlu mengambil kira keperluan golongan berkeperluan khas seperti pelbagai kategori OKU, warga emas dan wanita hamil. Bagi elemen infrastruktur dan prasarana, empat (4) kriteria penilaian kepuasan pelanggan utama ialah ketara (tangible), persekitaran kondusif, kemudahan sokongan dan kebolehcapaian untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

v. Kepuasan Pelanggan Jangka Panjang

Menilai kepuasan pelanggan jangka panjang boleh dipertimbangkan oleh agensi untuk memastikan perkhidmatan kekal relevan dan memenuhi keperluan pelanggan yang sentiasa berubah. Ia membantu agensi mengenal pasti trend kepuasan secara konsisten, membolehkan penambahbaikan

strategik dilaksanakan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan diperkukuhkan.

Selain itu, penilaian ini memberi peluang kepada agensi untuk menilai keberkesanan inisiatif yang dilaksanakan dan memastikan perancangan masa depan mengambil kira keperluan pelanggan secara menyeluruh. Dengan memberi fokus kepada kepuasan jangka panjang, agensi akan dapat memastikan pelaburan dalam inovasi dan teknologi memberi impak positif terhadap pengalaman pelanggan serta menyumbang kepada sistem penyampaian yang lebih mampan.

3. Penyediaan Soal Selidik Kepuasan Pelanggan

Soal Selidik Kepuasan Pelanggan boleh dibahagikan kepada tiga bahagian utama iaitu Bahagian A (Profil dan Demografi Responden), Bahagian B (Tinjauan Tahap Kepuasan Pelanggan) dan Bahagian C (Aduan, Cadangan Penambahbaikan dan Maklum Balas).

Bahagian A: Profil dan Demografi Responden

Soal selidik bermula dengan mendapatkan maklumat asas responden. Maklumat ini penting untuk memahami konteks dan latar belakang pelanggan yang memberi maklum balas seperti berikut:

1. Jantina
2. Umur
3. Kategori Responden
4. Bangsa
5. Tahap Pendidikan
6. Bahagian/Unit/Jabatan/Agensi Responden Berurusan
7. Tujuan Berurusan
8. Kaedah Berurusan

Bahagian B: Tinjauan Tahap Kepuasan Pelanggan

Dalam bahagian ini, soalan-soalan disusun mengikut empat elemen utama penilaian kepuasan pelanggan iaitu Manusia, Proses, Teknologi serta Infrastruktur dan Prasarana.

1) MANUSIA

- Empati : Kemampuan untuk memahami perasaan/emosi orang lain dan boleh membayangkan diri sendiri berada di posisi orang tersebut.
- Sikap : Tingkah laku, perangai dan akhlak seseorang.
- Kompetensi : Kebolehan, pengetahuan dan kemahiran untuk melakukan sesuatu dengan cekap atau jayanya.
- Komitmen : Memberikan sepenuh tenaga, perhatian dan menunjukkan azam terhadap sesuatu perkara.

2) PROSES

- Ketepatan masa : Kualiti dalam melaksanakan sesuatu kewajipan dengan tepat pada waktunya.
- Kebolehpercayaan : Kestabilan dan ketekalan dalam mengukur sesuatu konsep atau aspek. Arahan, panduan dan prosedur keseluruhan mudah difahami.
- Responsif : Segera atau mudah memberikan kerjasama atau reaksi yang bersifat membantu terhadap sesuatu usaha.
- Jaminan : Perkhidmatan yang diberikan meningkatkan lagi kepercayaan, keyakinan dan kepuasan bagi memperolehi sesuatu barangan atau perkhidmatan.

3) TEKNOLOGI

- Keselamatan Data : Data yang disimpan di dalam sistem/komputer selamat daripada dicerobohi atau disalah guna oleh orang lain.

Mesra Pengguna : Perkhidmatan digital mudah digunakan oleh pelanggan.

Kebergunaan : Teknologi dapat membantu memenuhi matlamat organisasi dan keperluan pelanggan.

4) INFRASTRUKTUR DAN PRASARANA

Ketara : Terang, tepat dan nyata. Ia dapat dirasai oleh sentuhan/dilihat.

Produk dan perkhidmatan digital mengguna pakai peralatan dan teknologi terkini.

Persekitaran kondusif : Kemudahan dan persekitaran sesuai dengan perkhidmatan yang diberikan.

Tempat dan ruang yang memberi keselesaan.

Kemudahan sokongan : Kemudahan tambahan/sokongan untuk pelanggan mencukupi, selesa dan bersih.

Kebolehcapaian : Akses maklumat, data dan sistem adalah mudah dan cepat.

5) KEPUASAN PELANGGAN JANGKA PANJANG

Peningkatan Perkhidmatan : Menilai sama ada perkhidmatan menunjukkan peningkatan kualiti, kecekapan dan keberkesanan untuk memenuhi keperluan pelanggan.

Keyakinan terhadap Perkhidmatan Masa Depan : Mengukur kepercayaan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan masa depan agensi. Ia mencerminkan pandangan pelanggan tentang kesediaan agensi untuk menghadapi cabaran baharu, mengadaptasi teknologi dan terus relevan dengan keperluan mereka.

Maklum Balas dan Penghargaan : Penilaian ini merangkumi sejauh mana maklum balas pelanggan dihargai dan diambil kira oleh agensi untuk menambah baik perkhidmatan. Ia juga melibatkan penghargaan pelanggan terhadap inovasi atau usaha agensi dalam penyampaian perkhidmatan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Agensi boleh menggunakan **skala tahap kepuasan** yang bersesuaian untuk tujuan pengukuran kepuasan pelanggan seperti contoh di bawah:

Skala Tahap Kepuasan

0 = Tidak Berkaitan

1 = Sangat Tidak Memuaskan

2 = Tidak Memuaskan

3 = Agak Memuaskan

4 = Memuaskan

5 = Sangat Memuaskan

Agensi juga boleh memilih **mana-mana kriteria dan sub-kriteria** yang relevan untuk menilai tahap kepuasan pelanggan berdasarkan keperluan.

Bahagian C: Aduan, Cadangan Penambahbaikan dan Maklum Balas

Bahagian ini memberi ruang kepada pelanggan untuk mengemukakan aduan dan memberikan sebarang cadangan atau maklum balas mengenai perkhidmatan yang diterima (sekiranya perlu). Ini membolehkan agensi mendapatkan pandangan secara langsung daripada pelanggan dan merancang penambahbaikan bagi memenuhi keperluan pelanggan pada masa hadapan.

3. Contoh Soal Selidik Kepuasan Pelanggan

Soal Selidik Kepuasan Pelanggan (Nama Agensi) Tahun 20XX

Soal selidik ini bertujuan untuk menilai tahap kepuasan pelanggan [Nama Agensi] terhadap kualiti penyampaian perkhidmatan. Segala maklumat yang dikemukakan adalah rahsia. Soal selidik ini dijangka akan mengambil masa 5 hingga 10 minit untuk dilengkapkan.

BAHAGIAN A: MAKLUMAT RESPONDEN

1. Jantina

☐	Lelaki
☐	Perempuan

2. Umur

☐	Kurang dari 20 tahun
☐	21-30 tahun
☐	31-40 tahun
☐	41-60 tahun
☐	Lebih dari 60 tahun

3. Kategori Responden

☐	Orang Awam
☐	Penjawat Awam
☐	Pesara
☐	Pelajar

4. Bangsa

☐	Melayu
☐	Cina
☐	India
☐	Bumiputera Sabah/Sarawak
☐	Lain-lain

5. Tahap Pendidikan

☐	LCE/SRP/PMR dan ke bawah
☐	MCE/SPM/SPMV
☐	HSC/STP/STPM/Diploma
☐	Ijazah
☐	Master/PhD

6. Bahagian/Unit/Jabatan/Agensi Responden Berurusan (dalam tempoh 1-6 bulan yang lepas)

[Disenaraikan untuk pilihan responden]

7. Tujuan berurusan (boleh pilih lebih daripada satu)

☐	Permohonan
☐	Urusan Tender/Perolehan
☐	Khidmat Nasihat
☐	Lawatan
☐	Pertanyaan
☐	Aduan
☐	Mendapatkan Maklumat
☐	Mendapatkan Perkhidmatan
☐	Urusan-urusan lain. Sila nyatakan:

8. Kaedah Berurusan (boleh pilih lebih daripada satu):

☐	Bersemuka (Janji temu/ Mesyuarat/Seminar/Kursus/Kaunter/Media)
☐	Tidak bersemuka (Surat- Menyurat/Telefon/E-mel/SMS)
☐	Portal/Perkhidmatan Dalam Talian/Aplikasi Mudah Alih (Mendapatkan Maklumat/ Perkhidmatan)
☐	Media sosial (Facebook/X/Instagram/WhatsApp/Telegram)
☐	Chatbot/LiveChat
☐	Kios

BAHAGIAN B: TAHAP KEPUASAN PELANGGAN

Sila menilai kepuasan hati anda berdasarkan skala kepuasan pelanggan berikut:

- 0 – Tidak berkaitan
- 1 – Sangat tidak memuaskan
- 2 – Tidak memuaskan
- 3 – Agak memuaskan
- 4 – Memuaskan
- 5 – Sangat memuaskan

I. MANUSIA

- a. Empati: Kemampuan untuk memahami perasaan/emosi orang lain dan boleh membayangkan diri sendiri berada di posisi orang tersebut.

1. Pegawai/Petugas mesra pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas menggunakan bahasa yang sopan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Pegawai/Petugas prihatin dengan keperluan pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- b. Sikap: Tingkah laku, perangai dan akhlak seseorang.

1. Pegawai/Petugas memberikan layanan yang adil.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas bijak mengawal emosi.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- c. Kompetensi: Kebolehan, pengetahuan dan kemahiran untuk melakukan sesuatu dengan cekap atau jayanya.

1. Pegawai/Petugas cekap dalam menyampaikan maklumat/ perkhidmatan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas mempunyai pengetahuan yang baik.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Maklumat yang disampaikan adalah konsisten.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- d. Komitmen: Memberikan sepenuh tenaga, perhatian dan menunjukkan azam terhadap sesuatu perkara.

1. Pegawai/Petugas dapat memberikan kerjasama yang baik.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas dapat menyampaikan maklumat dengan yakin.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Pegawai/Petugas mengambil berat akan masalah pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

II. **PROSES**

a. Ketepatan masa: Kualiti dalam melaksanakan sesuatu kewajipan dengan tepat pada waktunya.

1. Tugas dilaksanakan dalam tempoh masa yang dijanjikan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Tempoh masa berurusan dengan pegawai/Petugas adalah munasabah.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

b. Kebolehpercayaan: Kestabilan dan ketekalan dalam mengukur sesuatu konsep atau aspek.

1. Arahan, panduan dan prosedur keseluruhan mudah difahami.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Waktu operasi adalah bersesuaian.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Pegawai/Petugas dapat menyelesaikan masalah pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

c. Responsif: Segera atau mudah memberikan kerjasama atau reaksi yang bersifat membantu terhadap sesuatu usaha.

1. Pegawai/Petugas memberikan perkhidmatan dengan segera.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas mempunyai minat terhadap kerja.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Pegawai/Petugas memberikan perkhidmatan dengan adil.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- d. Jaminan: Perkhidmatan yang diberikan untuk meningkatkan lagi kepercayaan, keyakinan dan kepuasan bagi memperolehi sesuatu barangan atau perkhidmatan.

1. Tempoh masa menunggu adalah munasabah.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Pegawai/Petugas amanah dalam melaksanakan tanggungjawab.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Pegawai/Petugas yakin dalam melaksanakan tugas.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

III. **TEKNOLOGI**

- a. Mesra Pengguna: Perkhidmatan digital mudah digunakan oleh pelanggan

1. Perkhidmatan digital mudah diakses dan mesra pengguna

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Saya berpuas hati dengan maklumat/perkhidmatan yang diberikan melalui saluran digital.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Perkhidmatan digital mudah difahami dan digunakan oleh tanpa memerlukan latihan intensif

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

4. Elemen dan reka bentuk perkhidmatan digital adalah konsisten di setiap bahagian

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- b. Keselamatan Data: Data yang disimpan di dalam sistem/komputer selamat daripada dicerobohi atau disalah guna oleh orang lain.

1. Data peribadi saya dilindungi dengan baik semasa berurusan melalui saluran digital.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Saya berasa yakin dengan keselamatan digital perkhidmatan kerajaan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Proses pengesahan pengguna adalah mesra pengguna dan selamat

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- c. Kebergunaan: Teknologi dapat membantu memenuhi matlamat organisasi dan keperluan pelanggan.

1. Perkhidmatan digital memenuhi keperluan pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Kualiti perkhidmatan/produk digital yang disediakan adalah baik.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Kualiti sistem perkhidmatan digital menjadikan proses penyampaian perkhidmatan lebih cekap dan berkesan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

4. Status permohonan dapat dijejak dengan mudah dan tepat.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

5. Saya menerima maklum balas yang cepat dari pegawai/ perkhidmatan melalui saluran digital

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

IV. INFRASTRUKTUR DAN PRASARANA

- a. Ketara: Terang, tepat dan nyata. Ia dapat dirasai oleh sentuhan/dilihat.

1. Produk dan perkhidmatan digital adalah stabil dan laju

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Terdapat kemudahan di kaunter seperti sistem penggiliran nombor, ruang Menunggu serta kemudahan kerusi roda untuk OKU dan warga emas.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- b. Persekitaran kondusif: Tempat dan ruang yang memberi keselesaan.

1. Kemudahan persekitaran sesuai dengan perkhidmatan yang diberikan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Persekitaran adalah bersih.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

3. Kemudahan adalah selesa dengan keperluan pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- c. Kemudahan sokongan: Kemudahan tambahan/sokongan untuk pelanggan yang mencukupi, selesa dan bersih.

1. Kemudahan tambahan/sokongan yang mencukupi.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Kemudahan tempat letak kereta disediakan dan papan petunjuk arah adalah jelas dan mudah dilihat.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- d. Kebolehcapaian: Akses maklumat, data dan sistem adalah mudah dan cepat.

1. Agensi mudah dihubungi melalui pelbagai platform bagi mendapatkan maklumat/perkhidmatan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Portal dan perkhidmatan digital mempunyai ciri-ciri untuk pengguna berkeperluan khas seperti pembaca skrin, navigasi mudah dan pilihan mengubah saiz teks.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

V. KEPUASAN PELANGGAN JANGKA PANJANG

- a. Peningkatan Perkhidmatan: Menilai sama ada perkhidmatan menunjukkan peningkatan kualiti, kecekapan dan keberkesanan untuk memenuhi keperluan pelanggan.

1. Perkhidmatan yang diterima semakin baik sejak kebelakangan ini.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Saya percaya agensi ini komited untuk meningkatkan mutu perkhidmatan secara berterusan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- b. Keyakinan terhadap Perkhidmatan Masa Depan: Mengukur kepercayaan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan masa depan agensi. Ia mencerminkan pandangan pelanggan tentang kesediaan agensi untuk menghadapi cabaran baharu, mengadaptasi teknologi dan terus relevan dengan keperluan mereka.

1. Saya yakin perkhidmatan akan terus memenuhi keperluan pelanggan pada masa akan datang.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Saya percaya agensi ini mampu mengadaptasi teknologi untuk meningkatkan mutu perkhidmatan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

- a. Maklum Balas dan Penghargaan: Sejauh mana maklum balas pelanggan dihargai dan diambil kira oleh agensi untuk menambah baik perkhidmatan. Ia juga melibatkan penghargaan pelanggan terhadap inovasi atau usaha agensi

dalam penyampaian perkhidmatan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan.

1. Saya melihat maklum balas pelanggan diambil kira untuk penambahbaikan berterusan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

2. Saya menghargai inovasi/pembaharuan yang diterapkan oleh agensi dalam penyampaian perkhidmatan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan.

0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

BAHAGIAN C: ADUAN, CADANGAN PENAMBAHBAIKAN DAN MAKLUM BALAS

Sila nyatakan kesusahan/kesulitan yang dihadapi bagi mendapatkan maklumat dan perkhidmatan (jika ada).

Nyatakan cadangan dan maklum balas anda bagi penambahbaikan perkhidmatan pada masa akan datang (jika ada).

Terima kasih atas kesudian anda untuk menjawab soal selidik ini.

PANDUAN PELAKSANAAN MYSTERY SHOPPING

Mystery shopping merupakan teknik pemantauan yang melibatkan pemerhati (*mystery shopper*) yang menyamar sebagai pelanggan biasa untuk mengukur dan menilai kualiti penyampaian perkhidmatan secara digital, fizikal dan konvensional. Tujuan utama adalah memastikan agensi mematuhi piawaian yang ditetapkan serta memenuhi kehendak pelanggan.

Kerahsiaan aktiviti *mystery shopping* adalah sangat penting untuk memastikan penilaian yang tepat dan objektif. Jika aktiviti ini dikesan oleh warga kerja, ia boleh menyebabkan perubahan tingkah laku yang mengganggu ketepatan data, risiko tindak balas negatif terhadap *mystery shopper* serta menjejaskan kepercayaan dan hubungan dalaman organisasi. Selain itu, ia juga boleh menimbulkan risiko keselamatan kepada *mystery shopper* dan menyebabkan kerugian kos serta sumber. Oleh itu, kerahsiaan adalah kunci untuk melindungi integriti dan keberkesanan aktiviti ini.

Langkah-langkah Pelaksanaan *Mystery Shopping*

1. Perancangan Awal

- a. Menetapkan objektif program *mystery shopping* iaitu untuk menilai penyampaian perkhidmatan secara digital, fizikal dan/atau konvensional.
- b. Merancang jadual pelaksanaan yang merangkumi tarikh, lokasi dan jenis perkhidmatan yang akan dinilai.
- c. Membentuk pasukan *mystery shoppers* yang terdiri daripada anggota yang terlatih.
- d. Mendapatkan arahan rasmi daripada Ketua Jabatan sebagai punca kuasa pelaksanaan aktiviti *mystery shopping*. Selain itu, ia juga bertujuan untuk melindungi *mystery shopper* sekiranya berlaku perkara yang tidak diingini seperti kemalangan atau sekiranya aktiviti *mystery shopping* dapat dikesan oleh warga kerja agensi yang dinilai.

2. Mod Pelaksanaan

Mystery shopping wajar merangkumi penilaian perkhidmatan fizikal, konvensional dan perkhidmatan digital. Seajar dengan usaha pendigitalan sektor awam, mod digital boleh diberikan wajaran (pemberat) yang lebih tinggi (contohnya 60%) berbanding mod fizikal dan konvensional (40%).

Contoh:

- a. **Mod Fizikal dan Konvensional:** Melibatkan kunjungan terus ke kaunter dan panggilan telefon.
- b. **Mod Digital:** Melibatkan interaksi melalui portal, perkhidmatan dalam talian /aplikasi mudah alih, e-mel, media sosial, Chatbot/LiveChat dan penggunaan kiosk di premis agensi.

Teknologi digital seperti sistem/aplikasi, kecerdasan buatan (AI), pembelajaran mesin (Machine Learning) serta automasi boleh digunakan untuk memantau, menganalisis dan menilai prestasi penyampaian perkhidmatan kerajaan. Dengan ini, agensi sektor awam akan dapat mengenal pasti kelemahan perkhidmatan lebih awal, memberikan cadangan penambahbaikan secara dinamik dan melaksanakan langkah-langkah penambahbaikan dengan segera. Ini bukan sahaja menjimatkan masa dan sumber, tetapi juga memastikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan berkualiti tinggi.

3. Indikator Penilaian

Indikator penilaian boleh disediakan dengan mendapatkan pandangan daripada petugas barisan hadapan dan pegawai yang terlibat secara langsung dalam penyampaian perkhidmatan. Sesi libat urus bersama pemegang taruh, termasuk pelanggan dan pegawai pengurusan juga boleh diadakan bagi mengenal pasti aspek-aspek yang paling penting untuk dinilai dalam *mystery shopping*.

Kriteria yang dipilih hendaklah spesifik, boleh diukur dan realistik untuk dilaksanakan. Sebagai contoh, kriteria seperti masa menunggu boleh diukur secara kuantitatif, manakala sikap petugas boleh dinilai melalui penilaian subjektif berdasarkan senarai semak yang jelas. Pastikan kriteria penilaian yang dipilih

boleh dilaksanakan dengan sumber sedia ada. Jika agensi masih tidak mempunyai perkhidmatan aplikasi mudah alih, maka ia perlu dikecualikan dari penilaian dan tumpuan diberikan kepada aspek yang lain.

Contoh indikator penilaian *mystery shopping* yang boleh digunakan untuk menilai penyampaian perkhidmatan di agensi sektor awam adalah seperti berikut:

A. Mod Fizikal dan Konvensional

i. Penyampaian perkhidmatan kaunter

(1) Piagam pelanggan:

- a. Pematuhan
- b. Paparan
- c. Tarikh Kemas kini

(2) Tempoh masa menunggu:

- a. Untuk mendapat nombor giliran
- b. Untuk mendapatkan perkhidmatan

(3) Fokus pelanggan:

- a. Bilangan pelanggan pada satu-satu masa
- b. Kecukupan kaunter
- c. Melengkapkan borang urusan sebelum diberi nombor giliran
- d. Ketepatan maklumat yang diberikan

(4) Fasiliti:

- a. Penyediaan kaunter khas: OKU, warga emas, wanita mengandung
- b. Bilangan kaunter beroperasi/ bilangan kaunter keseluruhan
- c. Penyediaan sistem nombor giliran (manual/ digital)
- d. Kecukupan dan keselesaan tempat menunggu

(5) Hebahan:

- a. Terdapat paparan informasi perkhidmatan

(6) Amalan terbaik petugas:

- a. Nilai Profesionalisme – integriti, penampilan, sikap/ tingkah laku, penjelasan yang jelas difahami, responsif
- b. Nilai Empati – interaksi, memudah cara proses, bantuan khusus kepada golongan berkeperluan, sokongan teknikal

ii. Penyampaian perkhidmatan melalui telefon

(1) Akses ke talian

- a. Nombor mudah diperolehi
- b. Lebih daripada satu nombor disediakan

(2) Jawapan kepada panggilan

- a. Tahap panggilan dapat menembusi talian
- b. Responsif
- c. Dikendalikan oleh petugas yang sepatutnya

(3) Etika menjawab panggilan

- a. Standard perbualan rasmi/profesional
- b. Gaya bahasa rasmi
- c. Fokus kepada memahami dan menjawab pertanyaan pelanggan

(4) Kejelasan info/ penerangan

- a. Tahap ketepatan/kejituan info
- b. Penerangan jelas dan sampai kepada maksud
- c. Sumber rujukan selanjutnya (jika ada) adalah jelas

(5) Panggilan susulan/ sambungan

- a. Tahap inisiatif dalam menerima panggilan susulan
- b. Tahap komunikasi (aktif/pasif)

(6) Kepuasan yang diperolehi

- a. Ukuran tahap rasa kepuasan pelanggan

B. Mod Digital

i. Penyampaian Perkhidmatan Dalam Talian/Aplikasi Mudah Alih

(1) Ketersediaan e-perkhidmatan:

- a. Kemudahan transaksi / urusan bayaran
- b. Kemudahan konsultasi
- c. Kemudahan tempahan
- d. Kemudahan semakan status
- e. Kemudahan membuat permohonan/memperbaharui permohonan
- f. Kemudahan mengemukakan aduan/mendapatkan maklum balas

(2) Jenis urusan/ perkhidmatan yang telah disediakan

- a. Perkhidmatan utama/urusan penting yang disediakan
- b. Perkhidmatan utama dapat diakses dengan mudah

- c. Transaksi/proses digital dapat dijalankan dengan mudah
- d. Urusan selesai sepenuhnya dan tidak perlu susulan secara fizikal

(3) Maklumat urusan untuk rakyat dan perniagaan

- a. Maklumat mengenai organisasi
- b. Maklumat berkaitan perkhidmatan
- c. Maklumat berkaitan tawaran perolehan
- d. Info berorientasi komuniti

(4) Ciri keselamatan

- a. User-friendly dan mudah diguna
- b. Ciri jaminan keselamatan kepada penggunaan
- c. Ciri keselamatan aplikasi untuk log masuk (contoh captcha)

ii. Penyampaian Maklumat melalui Media Sosial

(1) Tahap interaktif /kefungsian platform media sosial

- a. Platform media sosial rasmi: FB, X, IG, YouTube
- b. Tarikh kemaskini/kekerapan kemaskini
- c. Tahap interaktif respon admin

(2) Ciri Pelan Komunikasi

- a. Keberkesanan penyampaian maklumat
- b. Penyediaan infografik/gambar

(3) Penyaluran info

- a. Mesej sesuatu kempen/hebahan dapat dirasai oleh pelanggan
- b. Sambutan pengunjung (likes/comments)
- c. Penyampaian info penting kepada rakyat dan perniagaan

iii. Penyampaian Maklumat melalui Chatbot/LiveChat

Pembantu Maya Berdasarkan Peraturan (Rule-Based Chatbot)

(1) Kepantasan Respons

- a. Masa yang diambil untuk chatbot memberikan respons selepas soalan diajukan

(2) Pemahaman dan Ketepatan Jawapan

- a. Jawapan yang diberikan oleh chatbot mestilah tepat dan sesuai dengan soalan yang ditanyakan

(3) Konsistensi Jawapan

- a. Ketepatan dan keseragaman jawapan yang diberikan apabila soalan yang sama ditanyakan pada masa yang berbeza

(4) Kepuasan Pengguna

- a. Penilaian subjektif daripada pengguna mengenai pengalaman menggunakan chatbot

Pembantu Maya AI (AI-Powered Chatbot)

(1) Kepantasan Respons

- a. Masa yang diambil untuk chatbot memberikan respons selepas soalan diajukan

(2) Kemampuan Menangani Soalan Kompleks

- a. Keupayaan chatbot untuk menangani soalan yang lebih kompleks yang tidak terdapat dalam skrip atau peraturan tetap
- b. Keupayaan chatbot untuk mengendalikan perbualan yang lebih panjang atau berbilang langkah, di mana konteks dari interaksi sebelumnya dapat digunakan untuk memberikan jawapan yang lebih tepat

(3) Adaptasi Terhadap Pertanyaan Baharu

- a. Keupayaan chatbot untuk memberikan jawapan yang relevan kepada soalan yang tidak ada dalam pangkalan data atau latihan asal

(4) Kualiti dan Kesesuaian Respons

- a. Relevansi dan kejelasan jawapan yang diberikan oleh chatbot AI berdasarkan konteks soalan

(5) Kepuasan Pelanggan

- a. Penilaian subjektif daripada pengguna mengenai pengalaman menggunakan chatbot

iv. Penyampaian Perkhidmatan melalui E-mel

(1) Akses ke e-mel

- a. Tarikh penerimaan e-mel
- b. Tempoh masa e-mel dijawab

(2) Respon kepada e-mel

- a. Responsif
- b. Dikendalikan oleh petugas yang sepatutnya

(3) Etika menjawab e-mel

- a. Standard perbualan rasmi/profesional
- b. Gaya bahasa rasmi
- c. Fokus kepada memahami dan menjawab pertanyaan pelanggan

(4) Kejelasan info/ penerangan

- a. Tahap ketepatan/kejituan info
- b. Penerangan jelas dan sampai kepada maksud
- c. Sumber rujukan selanjutnya (jika ada) adalah jelas

(5) E-mel susulan

- a. Tahap inisiatif dalam menerima e-mel susulan
- b. Tahap komunikasi (aktif/pasif)

(6) Kepuasan yang diperolehi

- a. Ukuran tahap rasa kepuasan pelanggan

vi. Penyampaian perkhidmatan melalui kiosk

(1) Akses ke kiosk

- a. Ditempatkan di kawasan mudah dicapai dan selamat
- b. Beroperasi di luar waktu pejabat untuk kemudahan pelanggan

(2) Ergonomik

- a. Mesra pengguna - kesesuaian tinggi kiosk dan saiz skrin
- b. Peranti input seperti papan kekunci dan skrin sentuh untuk pelbagai jenis pengguna termasuk OKU

(3) Kemudahan Penggunaan

- a. Memberi arahan yang jelas dan mudah difahami
- b. Perkhidmatan sendiri tanpa perlu bantuan petugas

(4) Perkakasan dan Perisian Berfungsi Baik

- a. Perisian berfungsi tanpa masalah lewat atau tergendala
- b. Peranti input seperti pengimbas kod bar, pencetak resit dan penerima wang tunai (jika ada)

(5) Penyelenggaraan dan Sokongan Teknikal

- a. Kerosakan atau isu teknikal dapat dikesan dan dibaiki segera

vii. Kriteria Tambahan

(1) Akses ke internet awam

- a. Ketersediaan kemudahan Wi-Fi
- b. Tahap liputan (coverage)
- c. Tahap capaian (connection)
- d. Tahap kemudahan talian dapat ditembusi
- e. Keselamatan penggunaan
- f. Sambutan pelanggan

Indikator-indikator di atas adalah contoh penilaian tahap penyampaian perkhidmatan agensi, sama ada melalui perkhidmatan fizikal, konvensional dan/atau digital, termasuk interaksi dengan petugas serta ketepatan maklumat. Penilaian ini penting untuk memastikan agensi mencapai piawaian yang telah ditetapkan dan memenuhi kehendak pelanggan.

4. Pelaporan

Sediakan laporan hasil *mystery shopping* mengikut skop penilaian yang ditetapkan. Laporan ini hendaklah dibentangkan kepada pengurusan tertinggi agensi untuk tindakan penambahbaikan.

Kriteria *Mystery Shopper*

Kriteria ini membantu memastikan *mystery shopper* dapat melaksanakan tugas mereka dengan efektif dan memberikan penilaian yang tepat terhadap perkhidmatan yang diberikan oleh agensi sektor awam.

i. Objektiviti dan Tidak Berpihak

Mystery shopper mesti mempunyai sikap objektif dan tidak mempunyai sebarang hubungan atau kepentingan peribadi dengan perkhidmatan/bahagian yang dinilai untuk memastikan penilaian yang adil.

ii. Kemahiran Komunikasi yang Baik

Mystery shopper harus mempunyai kemahiran komunikasi yang baik seperti kemampuan untuk berinteraksi dengan petugas di kaunter atau berkomunikasi melalui panggilan telefon dengan jelas.

iii. Pemahaman Mengenai Standard Perkhidmatan

Mempunyai pengetahuan mengenai piawaian atau standard perkhidmatan yang ditetapkan oleh agensi sektor awam, supaya penilaian yang dibuat dapat dibandingkan dengan SOP, garis panduan dan peraturan yang relevan.

iv. Kebolehan Pemerhatian yang Tinggi

Perlu mempunyai kemahiran pemerhatian yang baik untuk menilai pelbagai aspek perkhidmatan, termasuk sikap petugas, masa tindak balas, tahap layanan serta kualiti kemudahan yang disediakan.

v. Kemahiran Dokumentasi dan Pelaporan

Mystery shopper harus mampu mencatat maklumat dengan tepat dan menyusun laporan penemuan dengan jelas dan terperinci. Ini termasuk butiran mengenai layanan, kemudahan dan sebarang penambahbaikan yang diperlukan.

vi. Kebolehan Berlakon sebagai Pelanggan Sebenar

Mystery shopper perlu berlakon seperti pelanggan biasa yang mengunjungi agensi tanpa memberi sebarang petunjuk bahawa mereka sedang menjalankan tugas penilaian. Ini penting untuk mendapatkan layanan yang sebenar daripada petugas agensi.

vii. Pengetahuan Mengenai Penggunaan Digital

Sekiranya *mystery shopping* melibatkan perkhidmatan digital, *mystery shopper* harus mempunyai pengetahuan dan kemahiran digital seperti penggunaan portal, perkhidmatan dalam talian/aplikasi mudah alih, e-mel, Chatbot/LiveChat serta kiosk.

viii. Disiplin Masa dan Ketepatan

Mystery shopper perlu melaksanakan tugas dan pemerhatian mereka seperti yang dirancang dalam tempoh masa yang ditetapkan.

ix. Kerahsiaan

Mystery shopper mesti merahsiakan tugas dan hasil penilaian serta tidak mendedahkan identiti mereka sebagai *mystery shopper* kepada mana-mana pihak.

CONTOH FORMAT PELAPORAN

1. Laporan Pencapaian Piagam Pelanggan

Bagi memastikan pelaporan pencapaian Piagam Pelanggan di agensi lebih seragam dan teratur, berikut merupakan templat di **Jadual 1** yang boleh digunakan:

Jadual 1: Templat Pencapaian Piagam Pelanggan

Piagam	Menepati Standard Piagam Pelanggan		Catatan
	Jumlah Menepati Standard	% Menepati Standard	
Piagam A			
Piagam B			
Piagam C			

Cara Pengiraan:

- i. Jumlah Menepati Standard (seperti menepati tempoh masa) merujuk kepada bilangan transaksi yang berjaya diproses mengikut standard yang ditetapkan dalam piagam pelanggan.
- ii. % Menepati Standard =

$$\left(\frac{\text{Jumlah Transaksi Menepati Standard}}{\text{Jumlah Keseluruhan Transaksi}} \right) \times 100$$
- iii. Jelaskan maklumat tambahan mengenai pencapaian, seperti cabaran yang dihadapi, faktor kejayaan atau cadangan penambahbaikan.

Contoh Laporan Pencapaian Piagam Pelanggan adalah seperti di **Jadual 2**.

Jadual 2: Contoh Laporan Pencapaian Piagam Pelanggan

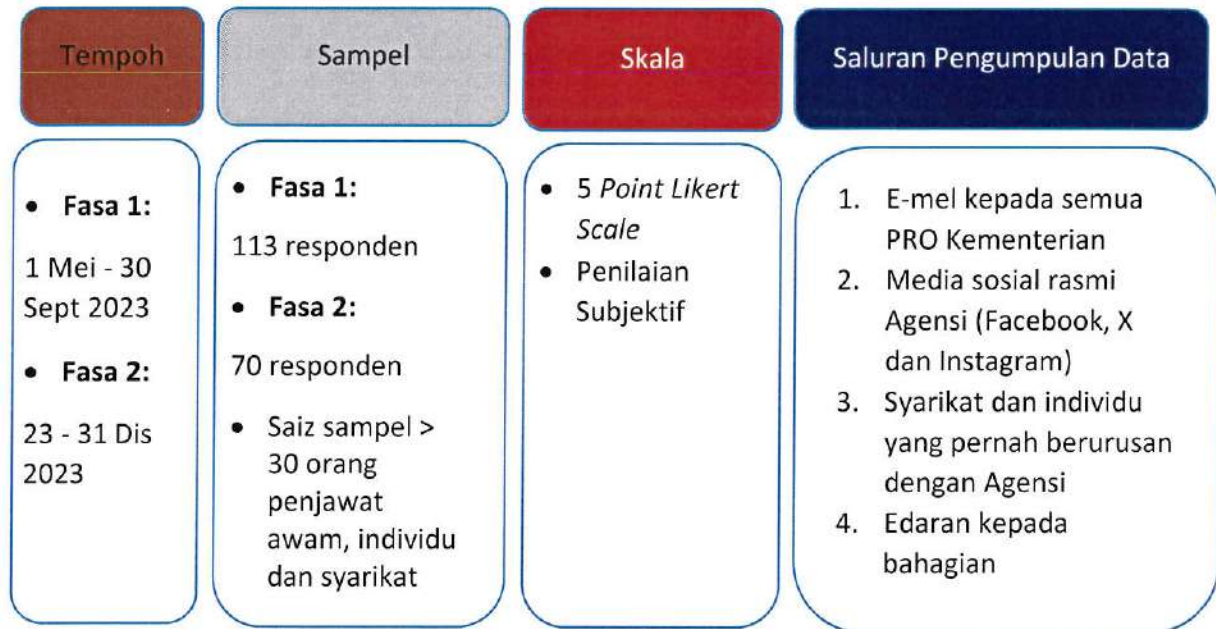
Piagam	Menepati Tempoh Masa/ Standard Piagam Pelanggan		Catatan
	Jumlah Transaksi Menepati Standard	% Menepati Standard	
Piagam A: Masa Respons Aduan	145 daripada 150	96.7%	Piagam boleh dipendekkan kepada maksimum 3 hari.
Piagam B: Penyelesaian Permohonan dalam talian	380 daripada 400	95.0%	Penyelesaian permohonan dalam tempoh yang ditetapkan menunjukkan konsistensi yang baik.
Piagam C: Pengendalian Pertanyaan	220 daripada 230	95.7%	Pertanyaan pelanggan melalui e-mel dan telefon dijawab dalam masa kurang daripada 24 jam.
Piagam D: Masa Menunggu di Kaunter pada Waktu Puncak Tidak Lebih daripada 10 minit	300 daripada 310	96.8%	Pertanyaan pelanggan melalui e-mel dan telefon dijawab dalam masa kurang daripada 24 jam.

2. Laporan Kajian Kepuasan Pelanggan

Laporan Kajian Kepuasan Pelanggan hendaklah meliputi perkara berikut:

- i. Metodologi kajian
 - Tempoh;
 - Sampel;
 - Skala; dan
 - Saluran Pengumpulan Data.

Contoh metodologi kajian adalah seperti di **Rajah 7**.



Rajah 7: Contoh Metodologi Kajian

ii. **Dapatan Kajian**

Contoh dapatan kajian adalah seperti di **Jadual 3**.

Jadual 3: Contoh Dapatan Kajian Kepuasan Pelanggan

Elemen	Kriteria	Contoh Soalan	Pencapaian
Manusia	Empati	Pegawai mesra pelanggan, sopan dan berbudi bahasa.	98.0%
Proses	Kebolehpercayaan	Arahan, panduan dan prosedur keseluruhan adalah baik.	98.5%
Teknologi	Mesra pengguna	Sistem perkhidmatan digital memenuhi keperluan pelanggan.	97.0%
Infrastruktur & Prasarana	Kemudahan sokongan	Kemudahan mencukupi, selesa dan bersih.	95.5%

iii. Cadangan Penambahbaikan

Syor penambahbaikan berdasarkan hasil dari dapatan kajian dan maklum balas responden boleh dibentangkan seperti contoh di **Jadual 4** berikut:

Jadual 4: Contoh Syor Penambahbaikan bagi Laporan Kajian Kepuasan Pelanggan

Manusia	Proses
• Agensi X perlu mempunyai <i>sense of urgency</i>. • Agensi X perlu sentiasa cuba memahami kekecewaan pelanggan bagi mengelakkan daripada berkelakuan kasar kepada pelanggan.	• Agensi X perlu memastikan penyampaian perkhidmatan dengan tepat dan segera kepada pelanggan. • Pihak pengurusan dan penyelia perlu memberi sokongan dan memantau pegawai dalam menyampaikan perkhidmatan supaya birokrasi dalam penyampaian perkhidmatan dapat dikurangkan.
Teknologi	Infrastruktur dan Prasarana
• Agensi X perlu menambah baik paparan sistem perkhidmatan digital bagi memudahkan pelanggan. • Agensi X boleh menambah baik sistem perkhidmatan digital melalui perolehan perisian yang terkini.	• Menaik taraf prasarana fizikal Agensi X seperti di pejabat, lobi, dan ruang awam. • Memastikan peralatan digital Agensi X adalah terkini. • Memastikan penyampaian perkhidmatan yang lancar dengan liputan internet yang meluas.

3. Laporan *Mystery Shopping*

Laporan *Mystery Shopping* bertujuan memberikan maklumat yang ringkas tetapi komprehensif kepada pihak pengurusan agensi mengenai prestasi semasa perkhidmatan mereka serta cadangan spesifik yang dapat diambil untuk menambah baik kualiti penyampaian.

i. Contoh format pelaporan adalah seperti berikut:

- Pengenalan:** Maklumat mengenai objektif *mystery shopping*, skop dan metodologi.
- Ringkasan Pelaksanaan:** Tarikh, masa, lokasi dan jenis perkhidmatan yang dinilai.

- c. **Penemuan Utama:** Penilaian berdasarkan saluran perkhidmatan (digital, fizikal dan/atau konvensional)
 - d. **Indikator Penilaian dan Pencapaian:** Penerangan mengenai indikator penilaian yang digunakan dan prestasi yang diperoleh bagi setiap indikator.
 - e. **Cadangan Penambahbaikan:** Langkah-langkah yang boleh diambil oleh agensi untuk memperbaiki kekurangan yang dikenal pasti.
 - f. **Kesimpulan dan Tindakan Lanjutan:** Cadangan tindakan penambahbaikan serta pelan untuk mempertingkatkan kualiti perkhidmatan.
- ii. Contoh laporan ringkas *Mystery Shopping* yang boleh digunakan sebagai panduan untuk menilai penyampaian perkhidmatan di agensi:

Contoh Laporan *Mystery Shopping* – Agensi XYZ

Tarikh Penilaian: 15 September 2023

Masa Penilaian: 10:00 AM - 11:30 AM

Mystery Shopper: <Nama>

1. Pengenalan

Objektif:

Tujuan penilaian ini adalah untuk mengukur kualiti penyampaian perkhidmatan di kaunter fizikal serta perkhidmatan digital (portal dan e-mel) di Agensi XYZ. Penilaian dibuat bagi mengenal pasti aspek-aspek perkhidmatan yang memenuhi piawaian yang ditetapkan dan aspek-aspek yang memerlukan penambahbaikan.

2. Ringkasan Penemuan

Mod Fizikal – Layanan Kaunter

- **Masa Menunggu:** Masa menunggu di kaunter adalah **15 minit** dari mula mengambil nombor giliran hingga dilayan. Masa ini dianggap **sederhana** dan berpotensi untuk dikurangkan jika lebih banyak kaunter dibuka pada waktu puncak.

- **Sikap Petugas:** Petugas kaunter melayani dengan **sopan dan profesional**. Pelanggan diterangkan dengan jelas mengenai dokumen yang diperlukan dan proses yang terlibat.
- **Keselesaian Pelanggan:** Ruang menunggu disediakan dengan **kerusi yang mencukupi** dan ruangnya bersih. Namun, **maklumat piagam pelanggan** di kaunter tidak dapat dilihat kerana disembunyikan oleh gegantungan lain.

Mod Digital – Portal dan E-mel

- **Kemudahan Portal:** Portal Agensi XYZ mempunyai antaramuka yang **mudah digunakan**, dan maklumat mengenai perkhidmatan adalah **jelas**. Walau bagaimanapun, terdapat sedikit **kelewatan dalam memuat halaman**, terutamanya untuk borang permohonan.
- **Respon E-mel:** Pertanyaan melalui e-mel dihantar pada 11 September 2023 dan dijawab selepas **4 hari**. Waktu tindak balas ini dianggap **terlalu lama** dan boleh ditambah baik untuk mencapai piawaian yang lebih tinggi.

3. Penilaian Indikator

Jadual 5: Contoh Penemuan *Mystery Shopping*

Indikator	Pencapaian	Catatan
Masa Menunggu di Kaunter	15 minit	Sederhana, boleh dikurangkan pada waktu puncak
Sikap Petugas	Profesional & Sopan	Petugas memberikan penerangan yang jelas.
Keselesaian Ruang Menunggu	Memuaskan	Kerusi mencukupi, tetapi tiada paparan piagam pelanggan
Kemudahan Portal	Baik	Antaramuka mesra pengguna, masa muat turun borang lambat sedikit.
Masa Respon E-mel	4 hari	Terlalu lama, perlu dikurangkan kepada 2 hari.

4. Cadangan Penambahbaikan

(a) Penambahan Petugas Kaunter pada Waktu Puncak

Untuk mengurangkan masa menunggu, agensi boleh mempertimbangkan menambah petugas pada waktu puncak, terutamanya pada hari Isnin dan Jumaat.

(b) Meningkatkan Tindak Balas terhadap E-mel

Tempoh respon terhadap pertanyaan e-mel perlu dikurangkan kepada **2 hari**. Disarankan agar e-mel disemak lebih kerap atau penambahan tenaga kerja khusus untuk menjawab pertanyaan melalui saluran digital.

(c) Pengemaskinian Maklumat Piagam Pelanggan di Kaunter

Pastikan piagam pelanggan dipaparkan dengan jelas dan mudah dilihat oleh pelanggan. Lokasi papan maklumat perlu lebih strategik di laluan pelanggan.

5. Kesimpulan

Secara keseluruhan, perkhidmatan yang diberikan oleh Agensi XYZ adalah **baik** dan masih ada ruang untuk penambahbaikan terutamanya dalam aspek **masa menunggu** di kaunter dan **kelajuan respon e-mel**. Cadangan yang diberikan bertujuan membantu agensi untuk meningkatkan kualiti penyampaian perkhidmatan selari dengan kehendak dan harapan pelanggan.