

**CADANGAN PENYELIDIKAN**

**KEBERKESANAN PERKHIDMATAN PELANGGAN TERHADAP  
JUALAN DI MOCCIS TRADING SDN BHD**

oleh

**MOHAMAD ROSLAN ENTAL 96024618**

**HAMDIAH BTE. JAMALI 96026324**

Kertas Projek Yang Dikemukakan Kepada Fakulti Pentadbiran Dan Undang-Undang  
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Sarawak  
Untuk Memenuhi Sebahagian Daripada Syarat Untuk Memperolehi  
Diploma Pentadbiran Awam

Fakulti Pentadbiran Dan Undang-Undang  
Universiti Teknologi Mara  
Cawangan Sarawak

MAC 2000

## ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
<b>SURAT PENYERAHAN</b>	I
<b>PENGHARGAAN</b>	II
<b>ISI KANDUNGAN</b>	III
<b>BAB 1 PENGENALAN</b>	
1.1 LATAR BELAKANG MOCCIS TRADING SDN BHD	1
1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN	4
1.3 PERNYATAAN MASALAH	5
1.4 OBJEKTIF	7
1.5 SKOP KAJIAN	8
1.6 HIPOTESIS	8
1.7 KEKANGAN	9
1.8 JANGKAAN	11
1.9 KEPENTINGAN KAJIAN	12
<b>BAB 2 ULASAN KARYA</b>	
2.1 PERKHIDMATAN PELANGGAN	13
2.2 LANGKAH KE ARAH PERKHIDMATAN YANG BERKUALITI	13
2.3 KHIDMAT MENGGEMBIRAKAN PELANGGAN	15
2.4 ADUAN PELANGGAN	16
2.5 KEPUASAN PELANGGAN	17
2.6 KUNCI KEJAYAAN	18
2.7 PERSEPSI PELANGGAN	19
2.8 SEPULUH KEPERCAYAAN KHIDMAT PELANGGAN	21
2.9 MEWUJUDKAN PERSEKITARAN YANG MENGUTAMAKAN PELANGGAN	23
2.10 FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PERKHIDMATAN	24
<b>BAB 3 MOTHODOLOGI</b>	
3.1 LOKASI DAN SKOP KAJIAN	25
3.2 PENGUTIPAN DATA	25
3.2.1 Data Primer	
3.2.2 Data Sekunder	

X

**KEBERKESANAN PERKHIDMATAN PELANGGAN TERHADAP JUALAN DI**  
**MOCCIS TRADING SDN BHD**

---

  
**BAB 1 – PENGENALAN**

**1.1 Latar Belakang : MOCCIS TRADING SDN BHD (MTSB)**

Moccis Trading Sdn Bhd ditubuhkan pada 1 April 1987 untuk mengambil alih operasi dan perniagaan Koperasi Belia Nasional (KOBENA). Dengan itu, ia dijalankan sebagai anak Syarikat Moccis. Kemudiannya, ia digabungkan ke dalam satu perbadanan pada 15 Mac 1995 dengan pengambilalihan syarikat yang kurang aktif seperti Natalpine (M) Sdn Bhd. Pada mulanya MTSB menjalankan operasi kecil-kecilan iaitu hanya dengan 3 (ruang pameran) cawangan dan keluaran yang dibekalkan juga terhad.

Di mana ia terdiri daripada barang elektrik dan perabot. Sehingga kini cawangan MTSB telah meningkat kepada 34 ruang pameran dan 19 rangkaian francais di seluruh Malaysia menyediakan kredit kepada pelanggan terhadap semua barang pengguna termasuklah barang kemas, motosikal, telefon bimbit, komputer peribadi, perhiasan kereta, kamera dan pelbagai perkakasan rumah.

MTSB membekalkan pelbagai jenama produk termasuklah jenama-jenama yang terkenal seperti Sony, Aiwa, National, Kenwood, Sharp, MEC dan lain-lain. MTSB juga menyediakan Skim Ansuran Murahabah dimana ia disertai oleh kakitangan sektor awam dan sektor swasta di seluruh Malaysia. Sehingga kini, MTSB menguasai di antara 30 hingga 35 peratus pasaran kakitangan kerajaan dengan dengan mempunyai asas pelanggan kira-kira 350,000 orang.

## BAB 2 - ULASAN KARYA

### 2.1 PERKHIDMATAN PELANGGAN

*fact note*

Idris B. Ismail melalui peranan koperasi dalam ekonomi terbuka membincangkan tentang perkhidmatan pelanggan. Menurut beliau, institusi pelanggan sentiasa berpendapat bahawa pelanggan adalah sentiasa benar, mereka sentiasa berlumba-lumba untuk memuaskan kehendak atau permintaan pelanggan dengan baik dan sempurna. Hinggakan pada masa ini, perniagaan berorientasikan pelanggan adalah bidang yang akan muncul sebagai daya tarikah untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

### 2.2 LANGKAH KE ARAH PERKHIDMATAN YANG BERKUALITI

Menurut William B. Martin, terdapat 4 langkah ke arah perkhidmatan yang berkualiti:-

i. *Bersikap positif terhadap orang lain*

Sikap ialah satu keadaan fikiran yang dipengaruhi oleh perasaan, fikiran dan kecenderungan untuk bertindak. Sikap yang ditunjukkan biasanya dama dengan sikap yang akan diterima

ii. *Mengenalpasti keperluan pelanggan, tetamu atau pengguna*

Pihak organisasi perlu mengetahui kriteria yang melibatkan pelanggan bagi memastikan mereka dapat menyediakan khidmat pelanggan yang berkualiti. Kriteria-kriteria tersebut adalah:-

## **BAB 3 - METODOLOGI**

---

### **3.1 Lokasi Dan Skop Kajian**

Lokasi kajian ini telah dijalankan di Moccis Trading Sdn Bhd, Jalan P.Ramlee, Kuching. Skop kajian dilakukan terhadap pelanggan Moccis Trading yang majoritinya penduduk Bandaraya Kuching.

### **3.2 Pengutipan Data**

Data-data diperolehi daripada dua sumber iaitu data prima dan data sekunder

#### ***3.2.1 Data Prima***

Data Prima atau Data Utama atau Data Mentah (Primary Data) merupakan data yang dikumpulkan serta diterbitkan oleh pengumpulnya sendiri yang hendak menggunakan data tersebut. Apabila data tersebut telah dikumpul dan diproses, dicetak dan disiarkan, ia akan menjadi data sekunder atau data peringkat kedua.

Data prima yang dikumpul diperolehi daripada temuramah dengan pihak pengurusan di Moccis Trading Sdn Bhd dan perbincangan secara tidak formal dengan pelanggan-pelanggan yang berkunjung ke Moccis Trading Sdn Bhd.