

Jabatan  
**KEBAJIKAN**  
Masyarakat



**GARIS PANDUAN  
*MYSTERY SHOPPING*  
PENGURUSAN PERKHIDMATAN PELANGGAN  
JABATAN KEBAJIKAN MASYARAKAT**

**BAHAGIAN KAWALAN STANDARD  
JABATAN KEBAJIKAN MASYARAKAT  
2021**

## **GARIS PANDUAN *MYSTERY SHOPPING* PENGURUSAN PERKHIDMATAN PELANGGAN JABATAN KEBAJIKAN MASYARAKAT**

### **1.0 Tujuan**

Garis panduan ini disediakan bertujuan untuk menerangkan mekanisme pelaksanaan *Mystery Shopping* Pengurusan Perkhidmatan Pelanggan JKM, peranan dan tanggungjawab serta etika *Mystery Shoppers* semasa melaksanakan *Mystery Shopping*.

### **2.0 Latar Belakang**

2.1 Kerajaan sentiasa memberi perhatian untuk meningkatkan kecekapan dan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan dengan memberi tumpuan kepada perkhidmatan pelanggan. Penambahbaikan sistem penyampaian perkhidmatan bukan sahaja tertumpu kepada penambahbaikan sistem dan proses kerja sahaja, malah perhatian yang sewajarnya juga perlu diberi kepada aspek meningkatkan jalinan hubungan antara organisasi dengan pelanggan-pelanggannya.

2.2 Pengurusan Perkhidmatan Pelanggan diperkenalkan bagi meningkatkan jalinan hubungan organisasi dan pelanggan seterusnya memenuhi kehendak dan ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat. Pengurusan Perkhidmatan Pelanggan adalah satu pendekatan holistik untuk menawarkan perkhidmatan melalui pengurusan interaksi dan perhubungan

yang cekap antara organisasi dan pelanggan. Penilaian secara berkala ke atas prestasi perkhidmatan utama hendaklah dibuat bagi memastikan keberkesanan penyampaian perkhidmatan seperti mana yang ditetapkan dalam Piagam Pelanggan. Antara kaedah penilaian prestasi yang boleh digunakan adalah seperti *Mystery Shopping*.

### **3.0 Takrifan**

- 3.1 *Mystery Shopping* merupakan kaedah untuk mengukur kualiti perkhidmatan atau pematuhan peraturan dan boleh juga digunakan untuk mengumpul maklumat tertentu mengenai produk dan perkhidmatan. Ianya dibuat secara mengejut tanpa memaklumkan tarikh sebenar kepada pejabat yang terlibat. Ianya juga bertujuan untuk membuat penilaian ke atas standard kualiti perkhidmatan sesebuah organisasi dari perspektif pelanggan. Kaedah ini memberi peluang kepada Jabatan untuk mendapat maklum balas menerusi pengalaman sebenar pelanggan bagaimana sesuatu perkhidmatan itu disampaikan.
- 3.2 *Mystery Shoppers* adalah terdiri daripada warga JKM atau daripada kalangan orang luar yang dilantik untuk tujuan melaksanakan *Mystery Shopping* tanpa diketahui oleh pihak yang dinilai.

### **4.0 Punca Kuasa**

- 4.1 Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2008, "Panduan Pengurusan Perhubungan Awam"

menjelaskan pendekatan agensi kerajaan dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan secara lebih responsif, cekap dan berkesan. Pekeliling ini menjelaskan antara teras pengurusan perhubungan pelanggan adalah pengurusan prestasi yang mencakupi beberapa kaedah penilaian antaranya pelaksanaan *Mystery Shopping*. *Mystery Shopping* merupakan salah satu kaedah yang digunakan untuk mengukur prestasi penyampaian perkhidmatan.

- 4.2 JKM pernah melaksanakan melaksanakan program seumpama ini secara dalaman melalui kaedah Insentif Tinjauan Tanpa Notis (I2T) pada tahun 2011 dan program *Revisit, Inspect and Correct* (RiCo) pada tahun 2012.
- 4.3 JKM juga telah mewujudkan Pertandingan Anugerah Inovasi kategori Pengurusan Perhubungan Pelanggan mulai tahun 2012.
- 4.4 Berdasarkan 1Serve: Panduan Pelaksanaan di Sektor Awam, terdapat 5 pemboleh daya. Salah satunya adalah pengukuran analitik yang menjelaskan terdapat pelbagai kaedah pemantauan dan penilaian termasuklah melalui *Mystery Shopping* dan e-rating.

## **5.0 Objektif**

- 5.1 Memastikan semua Pegawai dan Kakitangan JKM di semua peringkat sama ada di Ibu Pejabat JKM, JKMN, PKMD/J/B dan Institusi sentiasa memberikan tahap perkhidmatan terbaik kepada pelanggan dan memenuhi standard kualiti yang

ditetapkan sepanjang masa mengikut PKPA 1/2008; dan

5.2 Mengenalpasti kekuatan dan kelemahan sistem pengurusan perkhidmatan pelanggan yang telah dilaksanakan di peringkat Ibu Pejabat JKM, JKMN, PKMD/J/B dan Institusi untuk tujuan cadangan penambahbaikan perkhidmatan pelanggan.

## **6.0 Skop**

Pelaksanaan *Mystery Shopping* yang meliputi semua perkhidmatan di Ibu Pejabat JKM, JKM Negeri/Wilayah Persekutuan, PKMD/J/B dan Institusi JKM. Pejabat/institusi akan dipilih mengikut kesesuaian dan keperluan semasa.

## **7.0 Metodologi Pelaksanaan**

7.1 *Mystery Shopping* merupakan satu kaedah menilai prestasi perkhidmatan berdasarkan perspektif pelanggan. Kaedah ini dilaksanakan ke atas organisasi yang dinilai tanpa sebarang maklumat atau notis lawatan terlebih dahulu. Penilaian keberkesanan objektif *Mystery Shopping* bergantung pada pemilihan kaedah pendekatan yang boleh dipraktikkan seperti yang berikut:

### **i. Pemerhatian**

Kaedah pemerhatian ini digunakan bagi menilai organisasi daripada perspektif pelanggan. Kaedah ini dilaksanakan oleh *Mystery Shoppers* yang menyamar sebagai pelanggan atau pelanggan yang dilantik secara sah untuk membuat pemerhatian kepada kecekapan, kemudahan,

layanan dan sikap pegawai semasa menjalankan tugas. Kaedah ini memerlukan *Mystery Shoppers* mengadakan lawatan turun padang bagi tujuan penilaian.

**ii. Soal Selidik**

Kaedah ini memerlukan *Mystery Shoppers* bersemuka dengan pelanggan sejourus selepas pelanggan selesai berurusan dengan agensi berkenaan. Pelanggan diminta untuk mengisi borang soal selidik berdasarkan perkhidmatan yang telah diterima. Di samping itu, pelanggan digalakkan untuk memberikan cadangan atau pandangan bagi meningkatkan tahap penyampaian perkhidmatan.

**iii. Panggilan Telefon**

Kaedah panggilan telefon juga digunakan untuk menilai keberkesanan perkhidmatan yang diberikan melalui panggilan telefon seperti tempoh menjawab panggilan, kemesraan layanan dan tahap pengetahuan pegawai mengenai perkhidmatan yang ditawarkan oleh agensi berkenaan.

**iv. Temu Bual**

Temu bual merupakan proses mendapatkan maklumat secara terus daripada pelanggan melalui komunikasi secara lisan.

## 7.2 Instrumen yang digunakan:

- i. Borang Penilaian *Mystery Shopping* (MAMPU) atau Senarai Semak Inspektorat Pengurusan Perkhidmatan yang berkaitan; dan
- ii. Laporan penilaian termasuk pembuktian secara fizikal seperti gambar, audio video dan dokumen.

## 8.0 Kaedah Pelaksanaan

Pelaksanaan *Mystery Shopping* yang teratur dan sistematik adalah amat penting supaya maklumat yang diperoleh lebih telus, tepat dan secara langsung dapat mengenal pasti isu serta masalah kumpulan sasar. Carta alir kaedah pelaksanaan *Mystery Shopping* adalah seperti di **Lampiran A**. Kaedah pelaksanaan *Mystery Shopping* boleh dibahagikan kepada tiga peringkat seperti berikut:

- i. Peringkat 1: Pra Pelaksanaan;
- ii. Peringkat 2: Semasa Pelaksanaan; dan
- iii. Peringkat 3: Pasca Pelaksanaan.

### 8.1 Peringkat 1: Pra Pelaksanaan

Pra pelaksanaan merupakan peringkat pertama atau proses persediaan yang dilakukan sebelum lawatan *Mystery Shopping*.

*Proses pra pelaksanaan* adalah:

- i. menetapkan objektif lawatan *Mystery Shopping*;
- ii. mengenalpasti pejabat untuk lawatan
- iii. menubuhkan Pasukan *Mystery Shoppers*; dan
- iv. menyediakan dokumen atau senarai semak dan taklimat

ringkas berkaitan perancangan lawatan.

## 8.2 Peringkat 2: Semasa Pelaksanaan

Semasa pelaksanaan merupakan peringkat kedua supaya program dilaksanakan secara tersusun dan terancang dalam mengendalikan *Mystery Shopping*. Proses peringkat semasa pelaksanaan adalah:

- i. melaksanakan *Mystery Shopping* mengikut kaedah pendekatan yang ditentukan;
- ii. mengumpul maklumat; dan
- iii. menyelaraskan penemuan.

## 8.3 Peringkat 3: Pasca Pelaksanaan

Peringkat pasca pelaksanaan merujuk kepada proses menilai tahap pencapaian *Mystery Shopping* dan kesan keseluruhannya terhadap pelaksanaan program ini dengan menganalisis hasil penemuan. Proses pasca pelaksanaan adalah:

- i. menyediakan dan menghantar laporan penemuan dalam tempoh 14 hari bekerja kepada pejabat berkaitan;
- ii. mengumpul laporan maklum balas daripada pejabat berkaitan selepas 14 hari bekerja daripada tempoh penghantaran laporan penemuan;
- iii. menyediakan Laporan Analisis Penemuan keseluruhan *Mystery Shopping*; dan
- iv. membentangkan laporan dalam Mesyuarat JATI;



## 9.0 Peranan Dan Tanggungjawab

Bagi memastikan pelaksanaan *Mystery Shopping* yang berkesan dan mencapai matlamat, peranan *Mystery Shoppers* ditetapkan seperti berikut:

- i. memahami senarai semak yang disediakan;
- ii. menjalankan *Mystery Shopping* seperti yang telah diarahkan;
- iii. mengikut etika dan mematuhi peraturan yang ditetapkan; dan
- iv. melaporkan penemuan.

## 10.0 Etika *Mystery Shoppers*

*Mystery Shoppers* yang dilantik hendaklah mempunyai etika seperti berikut:

- i. Integriti  
Bertindak jujur dan amanah mengikut bidang kuasa dan tugasnya, telus, tiada konflik peribadi, berwibawa, akauntabiliti serta patuh kepada peraturan dan undang-undang;
- ii. Kerahsiaan  
Sentiasa menghormati nilai serta maklumat yang diterima dalam pelaksanaan tugas dan tidak akan menggunakan maklumat untuk sebarang faedah peribadi atau dalam apa cara yang melanggar undang-undang atau menjejaskan organisasi;
- iii. Objektiviti  
Menjalankan tanggungjawab dengan profesional, adil, saksama dan berhemah; dan

iv. Kompetensi

Menggunakan pengetahuan dan kemahiran profesion semasa menjalankan tugas, melaksanakan tugas berdasarkan kepada standard profesionalisme dan secara berterusan dalam mempertingkatkan kecekapan dan keberkesanan perkhidmatan.

## 11.0 Penutup

Pelaksanaan *Mystery Shopping* adalah sebagai salah satu kaedah penilaian prestasi sistem penyampaian perkhidmatan. Ini bertujuan untuk meningkatkan standard serta amalan terbaik penyampaian perkhidmatan Jabatan yang bukan sahaja dapat memenuhi kehendak pelanggan malah mampu melangkaui ekspektasi pelanggan selaras dengan transformasi jabatan.

**Disediakan oleh:**

Bahagian Kawalan Standard  
Jabatan Kebajikan Masyarakat

**CARTA ALIR PELAKSANAAN MYSTERY SHOPPING**