

IMPACT PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR  
PERUMAHAN PERAMUKAN JANGHANA  
TERHADAP PELANGGAN DENGAN  
MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

MURSHAHIDA BINTI DZULAKEFLI

FAKULTI SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITI MALAYSIA TERENGGANU

2009

no: 7498

1100076425

LP 25 FST 2 2009



1100076425

Kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan : peranan jangkara  
terhadap pelanggan dengan menggunakan analisis swot /  
Nurshahida Dzulakefli.



PERPUSTAKAAN SULTANAH NUR ZAHIRAH  
UNIVERSITI MALAYSIA TERENGGANU (UMT)  
21030 KUALA TERENGGANU

1100076425

1100076425		

Lihat sebelah

**HAK MILIK**  
PERPUSTAKAAN SULTANAH NUR ZAHIRAH UMT

**KUALITI PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR PERBANKAN: PERANAN  
JANGKAAN TERHADAP PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT**

**Oleh  
Nurshahida Binti Dzulakefli**

**Projek Ilmiah Tahun Akhir ini diserahkan untuk memenuhi  
sebahagian keperluan bagi  
Ijazah Sarjana Muda (Matematik Kewangan)**

**JABATAN MATEMATIK  
FAKULTI SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITI MALAYSIA TERENGGANU  
2009**

**1100076425**



**JABATAN MATEMATIK  
FAKULTI SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITI MALAYSIA TERENGGANU**

**PENGAKUAN DAN PENGESAHAN LAPORAN MAT4499B**

Adalah ini diakui dan disahkan bahawa laporan penyelidikan bertajuk: **KUALITI PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR PERBANKAN: PERANAN JANGKAAN TERHADAP PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT** oleh **NURSHAHIDA BINTI DZULAKEFLI**, No. Matriks : **UK13814** telah diperiksa dan semua pembedaan yang disarankan telah dilakukan. Laporan ini dikemukakan kepada Jabatan Matematik sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan memperolehi **Ijazah Sarjana Muda Matematik Kewangan**, Fakulti Sains Teknologi, UMT.

Disahkan oleh:

Penyelia utama

Nama: Dr. Muhamad Safiih B. Lola

Cop Rasmi : **MUHAMAD SAFIIH BIN LOLA**  
*Pensyarah*  
Jabatan Matematik  
Fakulti Sains dan Teknologi  
Universiti Malaysia Terengganu  
21030 Kuala Terengganu

Tarikh: 4/5/07

Ketua Jabatan Matematik

Nama: Dr. Tuan Haji Mustafa Bin Mamat

Cop Rasmi :

**DR. HJ. MUSTAFA BIN MAMAT**  
Ketua  
Jabatan Matematik  
Fakulti Sains dan Teknologi  
Universiti Malaysia Terengganu  
21030 Kuala Terengganu

Tarikh: 4/5/07

## PENGAKUAN

Saya mengaku Projek Ilmiah Tahun Akhir yang bertajuk **Kualiti Perkhidmatan Dalam Sektor Perbankan: Peranan Jangkaan Terhadap Pelanggan Dengan Menggunakan Analisis SWOT** adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

Tandatangan :  .....

Nama : Nurshahida Bt Dzulakefli

No. Matriks : UK13814

Tarikh : 04/05/2009

## PENGHARGAAN

Syukur kehadiran Allah S.W.T. dengan taufik dan hidayahNya serta kurnia dan limpah rahmatNya, siaplah Projek Ilmiah Tahun Akhir ini pada waktu yang diperuntukkan. Saya mengambil kesempatan ini untuk merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada mereka yang berkenaan.

Jutaan terima kasih khas buat keluarga tersayang di atas sokongan dan dorongan yang tidak berbelah bahagi sepanjang proses penyiapan projek ilmiah ini. Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan jutaan terima kasih ditujukan kepada **Dr. Muhamad Safiih** di atas segala tunjuk ajar, bantuan, pandangan, nasihat dan dorongan dalam memantapkan projek ini. Tidak lupa, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada En. Khairul Azulan Bin Mohamad Nordin selaku pegawai kredit AgroBank yang telah memberi komitmen yang sepenuhnya sepanjang saya menjalankan soal selidik.

Di samping itu, terima kasih saya dedikasikan kepada teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan pandangan dan idea dalam menyiapkan projek ini. Akhir sekali, terima kasih diucapkan kepada semua yang terlibat sama ada secara langsung atau tidak langsung.

Sekian, terima kasih.

## KUALITI PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR PERBANKAN: PERANAN JANGKAAN TERHADAP PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

### ABSTRAK

Kualiti perkhidmatan sangat dititikberatkan dalam sektor perbankan. Untuk itu, ianya menjadi satu faktor untuk mengekalkan daya saing dalam sektor perbankan. Kajian ini mengkaji masalah berkaitan dengan faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Tujuan utama kajian ini adalah mengenalpasti dan menganalisis faktor-faktor kualiti dalam perkhidmatan di sektor perbankan. Dalam kajian ini analisis SWOT digunakan untuk mengenalpasti masalah yang wujud dan mengenalpasti faktor-faktor strategi yang berkaitan dalam membuat keputusan. Analisis SWOT adalah mengenalpasti sifat-sifat seperti Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*). Kajian ini menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Sebanyak 100 sampel pelanggan Agrobank, Kuala Lipis, Pahang telah diambil secara rawak. Terdapat lima kriteria dipilih untuk mengkaji tahap kepuasan pelanggan iaitu wakil perkhidmatan/juruwang, penyelia/pengurusan, kemudahan cawangan, pinjaman/gadaian dan khidmat pelanggan. Hasil kajian mendapati bahawa kecekapan, iaitu 100% merupakan kekuatan utama di Agrobank manakala kriteria barisan yang panjang di kaunter menjadi faktor kelemahan kepada bank dengan menyumbang sebanyak 54.29%. Kriteria kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan pelanggan merupakan satu peluang kepada perkhidmatan di AgroBank dengan menyumbang sebanyak 100% manakala kriteria seseorang kakitangan yang tidak mempunyai pengetahuan terhadap produk baru yang ditawarkan di bank merupakan faktor ancaman yang menyumbang sebanyak 100%. Dengan menggunakan analisis SWOT, faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan khususnya di Agrobank dapat dikenalpasti dan seterusnya dapat mengekalkan daya saing dalam sektor perbankan.

## **SERVICE QUALITY IN BANKING SECTOR: THE ROLE OF CUSTOMER EXPECTATIONS BY USING SWOT ANALYSIS**

### **ABSTRACT**

Service quality terribly emphasized in banking sector. So that, it become a factor to maintain competitiveness in banking sector. This research is study on service quality factor in banking sector. The main purpose of this study is to identify and analyse service quality factor in banking sector. In this study SWOT's analysis is used to identify live problem and identify related strategy factors in decision-making. SWOT's analysis is identifying qualities such as Strength, Weakness, Opportunity, and Threat. The study use questionnaire form as study instrument. As much as 100 samples AgroBank's customer, Kuala Lipis, Pahang were taken at random. There were five criteria were chosen to study customer satisfaction levels namely service representative / cashier, supervisor / management, branch facilities, loan / charge and customer service. The study founds that efficiency, namely 100% is major strength in AgroBank while line criteria over the counter be weakness factor to bank by contributing as much as 54.29%. Readiness criteria to hear and replying needs of the customer was an opportunity to services in AgroBank with 100% while a staff criteria that does not have cognizance on new product offered in bank is the threat factor which contribute as much as 100%. By using SWOT's analysis, service quality factors in banking sector especially in AgroBank can be identified and further maintain competitiveness in banking sector.



## KANDUNGAN

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>PENGAKUAN DAN PENGESAHAN LAPORAN MAT4499B</b>	ii
<b>PENGAKUAN</b>	iii
<b>PENGHARGAAN</b>	iv
<b>ABSTRAK</b>	v
<b>ABSTRACT</b>	vi
<b>KANDUNGAN</b>	vii
<b>SENARAI JADUAL</b>	ix
<b>SENARAI RAJAH</b>	x
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	xi
<b>SENARAI LAMPIRAN</b>	xii
<b>BAB 1           PENDAHULUAN</b>	
1.1    Pendahuluan	1
1.2    Pernyataan Masalah	2
1.3    Objektif	3
1.4    Batasan kajian	3
1.5    Kepentingan Kajian	3
<b>BAB 2           SOROTAN KAJIAN</b>	
2.2    Analisis SWOT	4
2.3    Penyelidikan Berkaitan Analisis SWOT	4
2.4    Penyelidikan Berkaitan kualiti Perkhidmatan	6
<b>BAB 3           METODOLOGI</b>	
3.1    Pendahuluan	9
3.2    Reka Bentuk Kajian	9
3.2.1    Sampel	10
3.4    Analisis SWOT	10
3.5    Kesimpulan	14
<b>BAB 4           KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN</b>	
4.1    Pengenalan	15
4.2    Latar Belakang Responden	15
4.2.1    Jantina	15
4.2.2    Bangsa	16

	4.2.3	Jenis Pekerjaan	16
4.3		Analisis SWOT	17
	4.3.1	Analisis terhadap Kekuatan	17
	4.3.2	Analisis terhadap Kelemahan	18
	4.3.3	Analisis terhadap Peluang	19
	4.3.4	Analisis terhadap Ancaman	20
4.4		Kesimpulan	21
<b>BAB 5</b>		<b>KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>	
	5.1	Kesimpulan	22
	5.2	Cadangan	23
		<b>RUJUKAN</b>	24
		<b>LAMPIRAN</b>	26
		<b>BIODATA PENULIS</b>	

## SENARAI JADUAL

<b>No. Jadual</b>		<b>Halaman</b>
4.1 (a)	Responden mengikut jantina	16
4.1 (b)	Responden mengikut bangsa	16
4.1 (c)	Responden mengikut Jenis Pekerjaan	17
4.2	Analisis kriteria berdasarkan Kekuatan	17
4.3 (a)	Analisis kriteria berdasarkan Kelemahan	18
4.3 (b)	Perkhidmatan telefon di cawangan ini kurang memuaskan	19
4.4 (a)	Analisis kriteria berdasarkan Peluang	19
4.4 (b)	Bilangan responden yang memohon kredit	20
4.4 (c)	Responden suka dihubungi oleh wakil dari bank	20
4.4 (d)	Responden akan cadangkan cawangan ini kepada rakan	20
4.5	Analisis kriteria berdasarkan Ancaman	21

## SENARAI RAJAH

<b>No. Rajah</b>	<b>Halaman</b>
3.1 Model analisis SWOT	10

## **SENARAI SINGKATAN**

### **Singkatan**

<b>SWOT</b>	<b>Strength, Weakness, Opportunities, Treats</b>
<b>KLAP</b>	<b>Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman</b>
<b>ISO</b>	<b>International Organisation For Standardisation</b>
<b>SPSS</b>	<b>Statisical Package for Social Science</b>

## SENARAI LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>		<b>Halaman</b>
A	Borang kaji selidik	26
B	Rajah Model analisis SWOT	30
C	Histogram	31
D	Output SPSS	32

# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

### **1.1 Pendahuluan**

Kualiti dalam standard MS ISO 9000:2000 ialah satu set sifat-sifat atau ciri-ciri yang terkandung di dalam sesuatu barangan ataupun perkhidmatan yang dihasilkan ataupun yang diterima memenuhi keperluan pelanggan. Selain itu, MS ISO 1990:2000 mentafsirkan kualiti adalah keseluruhan ciri-ciri dan sifat-sifat sesuatu produk atau perkhidmatan yang dapat memenuhi kehendak yang dinyatakan atau yang tersirat.

Terdapat banyak takrif yang melibatkan apa itu perkhidmatan, tetapi kita menggunakan maksud yang kontemporari. Kotler and Armstrong (1991) menjelaskan maksud perkhidmatan sebagai satu kegiatan atau manfaat iaitu satu pihak boleh menawarkan kepada pihak yang lain pada asasnya adalah tidak ketara dan tidak mengakibatkan sesuatu pemilikan. Pengeluarannya mungkin atau tidak mungkin terikat untuk satu keluaran fizikal.

Hari ini manusia begitu prihatin mengenai mutu atau kualiti dalam semua aspek kehidupan. Semua orang mementingkan kualiti. Kualiti adalah penting dalam kehidupan kita untuk memastikan ianya memenuhi permintaan para pelanggan dalam semua aspek. Contoh dari segi barangan yang dihasilkan, pengurusan, perkhidmatan dan sebagainya. Antara contoh ciri-ciri kualiti bagi produk adalah

tahan lama, bersih, selamat, boleh diuji, boleh dikesan dan mudah diangkut, disamping mudah diperolehi.

Secara umum, perkhidmatan pelanggan ialah kebolehan organisasi dalam penyampaian produknya kepada pelanggan. Kebanyakan organisasi formal mempunyai Piagam Pelanggan masing-masing, yang menjanjikan komitmen dari aspek kualiti perkhidmatan bagi skop produk yang ditawarkan. Dalam konteks perniagaan, perkhidmatan pelanggan merupakan keupayaan dan komitmen peniaga dalam menyempurnakan penyampaian produk dengan memenuhi keperluan dan kehendak pelanggannya melebihi daripada tahap yang mereka harapkan, berterusan dan konsisten. Daripada pengertian tersebut, dapat difahami bahawa perkhidmatan pelanggan yang cemerlang mestilah bercirikan mesra-pelanggan. Antara contoh ciri-ciri kualiti bagi perkhidmatan pula adalah ketepatan, keselesaan, kesopanan, kecekapan, keberkesanan, kebolehpercayaan, jujur, cepat, responsif dan keselamatan. Dalam konteks perbankan, pihak bank sentiasa menawarkan nilai produk serta perkhidmatan jualan yang melebihi daripada harapan pelanggan.

Perkhidmatan atau produk yang ditawarkan dalam sektor perbankan meliputi pembiayaan, akaun simpanan, kaunter kutipan bayaran bil, kemudahan skim insurans dan takaful dan sebagainya. Kebijaksanaan pihak pengurusan adalah mustahak bagi memastikan sesuatu produk atau perkhidmatan dalam memenuhi permintaan pengguna.

## **1.2 Pernyataan Masalah**

Mengkaji masalah berkaitan dengan faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan adalah fokus utama dalam kajian ini. Kajian ini mengambil kira pandangan dari sudut pelanggan sahaja. Hal ini kerana pelanggan sentiasa mempunyai hak dalam membuat sesuatu keputusan. Kajian ini juga memberi ruang untuk memperbaiki mutu perkhidmatan agar lebih memenuhi kehendak pelanggan dan pasaran yang semakin maju.



### **1.3 Objektif**

Objektif kajian adalah :

- i. mengenalpasti faktor–faktor kualiti dalam perkhidmatan di sektor perbankan.
- ii. menganalisis faktor–faktor kualiti dalam perkhidmatan di sektor perbankan.

### **1.4 Batasan Kajian**

Batasan kajian adalah untuk mengenalpasti dan menganalisis faktor–faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Kajian ini melibatkan pelanggan AgroBank Kuala Lipis, Pahang. Seramai 100 orang responden yang dipilih secara rawak dan setiap responden akan diberikan borang kaji selidik. Kaedah analisis SWOT digunakan untuk mengenalpastikan dan menganalisis faktor–faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Data yang diperoleh akan di analisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Scienc* (SPSS).

### **1.5 Kepentingan Kajian**

Kertas kajian ini penting untuk mengenalpasti faktor–faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Kajian ini hanya tertumpu kepada pandangan pelanggan sahaja. Jadi, pelanggan dapat mengenalpasti faktor mereka memilih perkhidmatan yang disediakan di sesebuah organisasi.

Selain itu, pelanggan dapat memahami kaitan faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan dan dapat mengaplikasikan analisis SWOT dalam mengenalpasti faktor–faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan.

## **BAB 2**

### **SOROTAN KAJIAN**

#### **2.1 Analisis SWOT**

Johnson, *et al.*, (1989) menyatakan bahawa ia adalah alat umum direka untuk digunakan dalam peringkat permulaan membuat keputusan untuk perancangan strategik dalam pelbagai jenis aplikasi. SWOT adalah kependekan untuk Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman). Analisis SWOT turut dikenali sebagai analisis KLAP. Analisis SWOT / KLAP bertujuan menolong organisasi untuk menentukan sama ada ia mampu atau tidak untuk menghadapi persekitarannya. Jika sesebuah organisasi lebih berupaya dalam menghadapi persekitarannya, organisasi itu akan kelihatan lebih berjaya. Ia merupakan satu alat yang secara umumnya digunakan sebagai asas atau peringkat permulaan bagi membuat keputusan menghala ke arah perancangan strategik.

#### **2.2 Penyelidikan Berkaitan Analisis SWOT**

Menurut kajian yang dilakukan oleh Mohd. Hizam (2003) berkenaan bagaimana UKM boleh memiliki kelebihan bersaing dalam pendidikan perniagaan di alaf baru ini. Untuk itu, analisis dalaman dilakukan untuk mengenalpasti kekuatan dan kelemahan semasa sementara analisis luaran dilakukan untuk mengesan peluang dan ancaman yang perlu dihadapi terutamanya di alaf baru ini. Seterusnya Matriks SWOT digunakan untuk menjana strategi-strategi alternatif yang sesuai berdasarkan kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman semasa. Pembentukan dasar yang luas merupakan strategi teras yang memerlukan perubahan dasar pentadbiran, pendekatan budaya, penstrukturan semula organisasi, melengkapkan infrastruktur semasa, mengatasi halangan birokratik, menyemak semula proses pengurusan dan pembangunan sumber manusia serta meluaskan dana universiti. Lima strategi penting yang dicadangkan ialah pusat kecemerlangan pendidikan perniagaan, pembentukan semula program pengajian, pembaikan pedagogi dan strategi pendidikan, menyusun semula strategi penerbitan dan memperkemaskan strategi penyelidikan, perundingan dan khidmat masyarakat.

Sri Hayati, *et al.*, (2004) membuat kajian berkenaan analisis strategi bersaing pada PD BPR Mandiraja Kabupaten Banjarnegara. Kajian ini mengandungi beberapa langkah yang digunakan bagi mendapatkan strategi yang sesuai untuk diaplikasikan. Langkah pertama ialah mengenalpasti faktor dalaman dan luaran menggunakan penilaian matrik. Kedua, menguji faktor dalaman dan luaran menggunakan kesemua maklumat dalam strategi perumusan model kuantitatif, analisis SWOT, SPACE matrik dan IE matrik. Berdasarkan kajian ini, kekuatan dan peluang adalah strategi yang paling sesuai untuk PD BPR BKK Mandiraja di mana relatifnya mengandungi skor yang tertinggi jika dibandingkan dengan alternatif strategi yang lain. Jadi, hipotesis menyatakan bahawa strategi yang diaplikasi iaitu faktor dalaman dan luaran diterima.

Kajian yang telah dijalankan oleh Charles, *et al.*, (2007) ialah pelaksanaan M-commerce di Negara Nigeria dengan menggunakan kaedah analisis SWOT. Nigeria telah digambarkan sebagai negara yang paling cepat membangun dalam sektor telekom di negara Afrika dan ketiga di dunia. Negara itu telah mengalami satu pertumbuhan luar biasa daripada satu kepadatan 0.49 pada 2000 hingga 25.22 pada 2007. Arah aliran ini telah menyebabkan satu pembangunan besar dalam sektor-sektor utama bagi ekonomi, seperti perbankan, telekom dan perdagangan secara umum. Kertas ini membentangkan tahap penerimaan ICT dalam sektor perbankan dan menyiasat peluang M-commerce di Nigeria berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman analisis SWOT. Bank-bank dan pengendali telekom mempunyai potensi dan peluang yang besar bagi M-commerce tetapi tahap naungan, kualiti bagi

telefon sel, kekurangan asas prasarana dan gaya isu keselamatan satu ancaman utama untuk skala pelaksanaan yang meluas.

Nazery, *et al.*, (2004) membuat kajian berkenaan pesaingan antara pelabuhan tempatan di bawah pengurusan pihak berkuasa pelabuhan persekutuan dengan menggunakan analisis SWOT. Kajian ini menganalisis analisis SWOT terhadap lapan buah pelabuhan. Satu ujikaji SWOT mendedahkan pelabuhan-pelabuhan di Malaysia disifatkan oleh darjah kepuasan relatif menegak, tetapi ini berbeza antara pelabuhan-pelabuhan individu. Mereka menikmati pelbagai darjah daya saing dan menunjukkan pelbagai peringkat kecekapan dan kekurangan. Pelbagai unsur yang mempengaruhi daya saing pelabuhan dijalankan ujikaji terhadapnya. Cadangan khusus dicadangkan untuk setiap pelabuhan berdasarkan penilaian matriks SWOT bagi meningkatkan daya saing antara pelabuhan secara umum di Malaysia.

### **2.3 Penyelidikan Berkaitan Kualiti Perkhidmatan**

Yavas, *et al.*, (1997) telah menjalankan kajian tentang kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Kajian ini dilakukan adalah untuk menentukan kesan kualiti perkhidmatan terhadap pandangan pengguna, dua buah kumpulan analisis telah diusahakan. Dalam langkah pertama, tiga analisis regresi mudah dijalankan terhadap kualiti perkhidmatan dan kepuasan sebagai pembolehubah merdeka. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan regresi mudah dan disimpulkan dalam jadual.

Joseph, *et al.*, (1999) membuat penyelidikan berkaitan kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Kajian ini menyelidik peranan penggunaan teknologi dalam perbankan di Australian dan kesannya terhadap penyampaian kualiti perkhidmatan. Sebanyak 440 borang kaji selidik telah diedarkan untuk kajian ini dan hanya 300 (68%) sahaja yang dipulangkan semula. Hasil keputusan menunjukkan pengguna menghadapi masalah dengan beberapa aspek perbankan elektronik. Beberapa strategi yang terlibat dibincangkan oleh penyelidik. Analisis ini diteruskan dengan

mengenalpasti dimensi yang berkaitan terhadap kualiti. Tujuh model faktor sudah memadai untuk menunjukkan data. Data tersebut diringkaskan di dalam jadual Anova.

Kajian yang dijalankan oleh Saha dan Zhao (2005) adalah bertujuan mendapatkan pemahaman yang lebih tentang kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan terhadap pandangan pelanggan. Lima kualiti perkhidmatan dipilih untuk diuji terhadap sektor perbankan untuk meninjau hubungan antara kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan. Kajian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih terhadap isu ini. Bagaimanapun, tinjauan terhadap kuantitatif juga digunakan untuk menyokong keputusan yang diperoleh daripada kualitatif. Data yang diperoleh dikumpul melalui temubual oleh empat orang dengan mengedarkan borang kaji selidik dan dikendali oleh 25 orang. Data ditunjukkan dan dianalisis. Kesimpulannya, pelaksanaan kualiti oleh sembilan dimensi ditunjukkan yang mempunyai kesan terhadap kepuasan pelanggan.

Kajian oleh Wang (2005) menunjukkan bahawa kualiti perkhidmatan menyumbangkan kepada kebarangkalian. Terdapat dua tujuan kajian iaitu kaedah kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih berdasarkan sifat yang diperoleh dari maklumat yang terkumpul. Lima dimensi yang kerap kali disebut digunakan dalam pengiraan kualiti yang dipilih iaitu kejujuran, perihal membalas, keselamatan, komunikasi dan hak mengendalikan penyelidikan. Untuk senang melihat perbezaan antara ketiga-tiga cara ini, pengkaji telah meringkaskan melalui jadual.

Voss, *et al.*, (2007) mengkaji tentang kualiti perkhidmatan dalam pengajian tinggi iaitu peranan jangkaan terhadap pelajar. Kajian ini bertujuan untuk membangunkan satu pemahaman yang mendalam bagi kualiti pembelajaran yang berkesan daripada pensyarah dan untuk membuka binaan yang menjadi asas keinginan. Satu kajian empirikal menggunakan cara-pendekatan akhir dan dua teknik tanggapan (temuduga peribadi dan borang soal selidik) memberi satu wawasan berharga yang pertama kepada sifat-sifat pensyarah yang diinginkan. Manakala temubual peribadi menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam lagi. Secara umumnya keputusan-keputusan bagi dua kaedah tanggapan adalah sama. Hasil kajian menunjukkan pelajar-pelajar mahukan pensyarah seorang yang berpengetahuan,

mudah didekati, dan mesra. Kajian ini juga menunjukkan kepentingan akademik pelajar mendorong mereka kurang daripada aspek vokasional bagi pembelajaran mereka.

## **BAB 3**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Pendahuluan**

Kajian yang dijalankan ini akan memfokuskan kepada kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan dari sudut pandangan pelanggan. Selain itu, kajian ini cuba mengenalpasti dan menganalisis faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Dalam bab ini akan membincangkan kaedah yang digunakan untuk mencapai objektif untuk kajian ini dan bagaimana kaedah ini digunakan untuk kajian ini. Seterusnya terdapat juga kaedah sokongan iaitu pengguna program komputer untuk menganalisis data dengan lebih tepat.

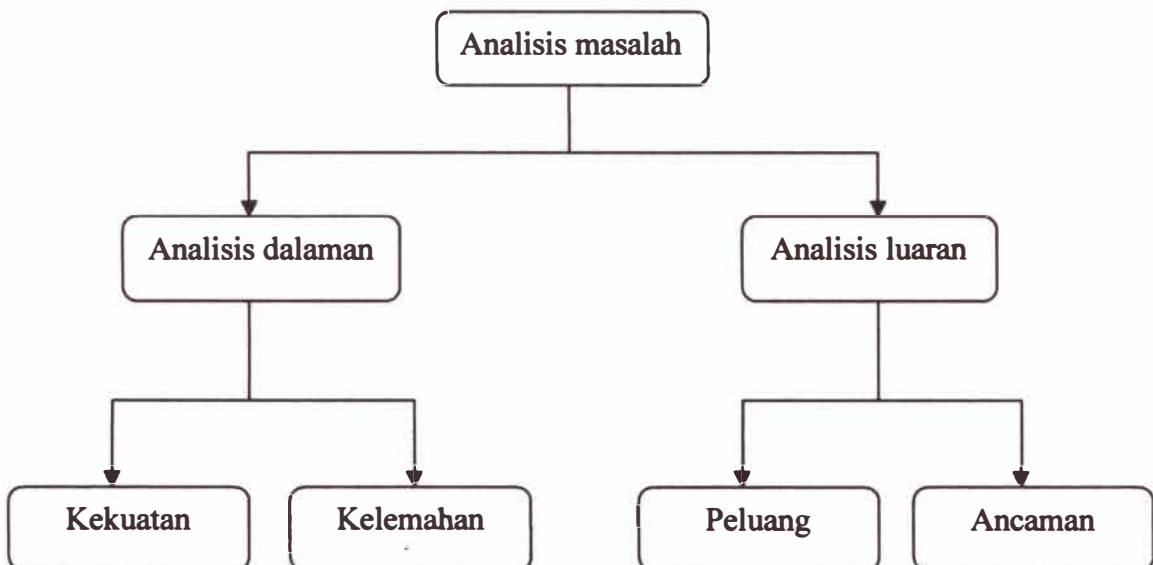
#### **3.2 Reka Bentuk Kajian**

Kajian yang dijalankan memfokuskan kepada faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Teknik yang digunakan sebagai alat untuk mengumpul maklumat bagi kajian ini adalah borang soal selidik (*questionnaire form*). Majid (1990) menyatakan soal selidik digunakan untuk mendapatkan maklumat berkenaan fakta-fakta kepercayaan, kehendak dan sebagainya. Di samping itu, ia juga dapat meningkatkan ketepatan dan kebenaran gerak balas atau jawapan yang diberikan oleh subjek dan tidak dipengaruhi oleh personaliti atau tingkah laku penyelidik. Selain itu, teknik ini sesuai kerana ia mudah dikendalikan berbanding kaedah-kaedah lain.

### 3.2.1 Sampel

Sampel kajian akan diperoleh daripada borang kaji selidik yang akan dijawab oleh responden. Responden dalam kajian ini ialah di kalangan pelanggan AgroBank Kuala Lipis, Pahang. Lokasi bagi kajian ini ialah AgroBank Kuala Lipis, Pahang. Jumlah responden yang terlibat seramai 100 orang pelanggan. Penyelidikan menggunakan teknik persampelan secara rawak.

### 3.3 Analisis SWOT



Rajah 3.1: Model analisis SWOT

Model ini merupakan satu proses menghasilkan maklumat yang berguna di dalam sebuah organisasi atau kumpulan matlamat, program-program, dan kemampuan. Matlamat analisis SWOT adalah untuk mengenalpasti kunci faktor-faktor dalaman dan luaran yang penting untuk mencapai objektif. Terdapat kumpulan-kumpulan analisis SWOT yang terbahagi kepada dua kategori utama. Kategori pertama adalah faktor-faktor dalaman iaitu kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dalaman kepada organisasi. Manakala kategori kedua pula adalah faktor-faktor luaran iaitu peluang-peluang dan ancaman-ancaman dibentangkan oleh persekitaran luaran. Bagi faktor kekuatan dan peluang ia dapat dikenalpasti melalui sifat-sifat positif. Manakala bagi faktor kelemahan dan ancaman ia dapat dikenalpasti



melalui sifat-sifat negatif. Bagi faktor kekuatan ialah sifat-sifat organisasi yang berguna untuk mencapai objektif. Manakala faktor kelemahan ialah sifat-sifat organisasi yang merbahaya untuk mencapai objektif. Seterusnya faktor ancaman ialah keadaan luaran yang boleh melakukan kerosakan untuk prestasi perniagaan. Analisis boleh dipersembahkan tentang sesuatu produk, perkhidmatan, sebuah syarikat atau juga di seseorang individu.

Faktor kekuatan dapat dianalisis berdasarkan aspek-aspek seperti mempunyai kemahiran dalam bidang tertentu, membuat pembaharuan terhadap produk dan perkhidmatan, lokasi perniagaan, proses dan prosedur yang berkualiti dan sebagainya. Aspek-aspek bagi faktor kelemahan adalah kurang kemahiran dalam sesuatu bidang, produk yang tidak berbeza, lokasi perniagaan, kualiti perkhidmatan yang kurang memuaskan dan reputasi organisasi yang tidak baik. Selain itu, faktor peluang dapat dianalisis berdasarkan aspek-aspek seperti pasaran yang pesat membangun, pasaran antarabangsa yang baru dan memasuki pasaran yang menawarkan keuntungan yang lebih baik. Aspek-aspek bagi faktor ancaman pula adalah wujudnya pesaing baru dalam pasaran, pesaing memperkenalkan produk yang inovatif dan memperkenalkan cukai terhadap sesuatu produk

Pengenalpastian SWOT adalah langkah penting dalam proses perancangan untuk mencapai objektif terpilih yang diperolehi dari analisis SWOT. Pertama, pembuat keputusan mestilah menentukan sama ada matlamat boleh dicapai. Jika objektif tidak boleh dicapai, satu objektif yang berbeza mesti dipilih dan proses diulang. Manakala jika objektif boleh dicapai, SWOT digunakan sebagai input untuk generasi strategi kreatif yang mungkin. Analisis SWOT boleh menghadkan strategi-strategi dalam penilaian. Tambahan pula, orang yang menggunakan kekuatan SWOT membuat kesimpulan bahawa mereka telah diberikan satu tugas yang mencukupi sebagai mendefinisikan objektif-objektif firma.

Kegunaan analisis SWOT tidak terhad kepada mencari keuntungan pertubuhan-pertubuhan sahaja. Analisis SWOT boleh digunakan dalam apa-apa keadaan pembuatan keputusan bila sesuatu objektif telah dijelaskan. Melancar analisis mungkin juga digunakan sebelum krisis merancang dan pengurusan krisis. Matlamat

analisis SWOT adalah bertujuan untuk mendedahkan kelebihan persaingan, keuntungan dan pembangunan produk.

Antara kaedah strategi yang lazim digunakan ialah analisis SWOT yang dilaksanakan dengan 3 langkah;

Langkah 1: analisis persekitaran dalaman organisasi, kenalpasti kekuatan dan kelemahan.

Langkah 2: analisis persekitaran luaran organisasi, kenalpasti peluang dan ancaman,

Langkah 3: bandingkan kekuatan dengan peluang, kelemahan dengan ancaman, kekuatan dengan ancaman dan kelemahan dengan peluang.

Bagi memberi lebih kefahaman mengenai analisis SWOT dibincangkan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis mengenai kekuatan difokuskan mengenai faktor dalaman yang memberi kesan kepada organisasi seperti struktur organisasi, pemegang saham, pelanggan dan juga pesaing. Persoalan dan jawapan yang perlu diperolehi mengenai kekuatan di antaranya ialah:

- (a) Apakah kelebihan yang ada?
- (b) Apakah bidang atau ruang terbaik dapat dilakukan?
- (c) Apakah kekuatan organisasi dalam pasaran?
- (d) Adakah organisasi mempunyai halatuju strategi yang jelas?
- (e) Adakah organisasi mempunyai suasana kerja yang positif?

Semua persoalan perlu disenaraikan dan diperolehi secara realistik. Perhatian diberi bukan sahaja melalui pandangan pihak pengurusan tetapi juga mengambilkira pandangan mereka yang berurusan dengan organisasi. Analisis sudut kelemahan juga seperti kekuatan, merupakan faktor dalaman yang memberi kesan kepada organisasi. Pengukuran ini juga perlu dilihat melalui pandangan orang lain yang mungkin tidak dapat dilihat oleh pihak organisasi. Sebaik mungkin perlu berhadapan dengan kelemahan secepat mungkin bagi memudahkan mencari jalan penyelesaian. Persoalan dan jawapan yang perlu diperolehi mengenai kelemahan di antaranya ialah:

- (a) Apa yang boleh diperbaiki?
- (b) Apakah yang terburuk telah dilaksanakan?
- (c) Apakah perkara yang perlu dielakkan?
- (d) Adakah mempunyai hutang dan masalah aliran tunai?

(e) Adakah organisasi menghadapi masalah mengenai kewangan dan teknologi?

Peluang adalah merupakan faktor yang berkaitan dengan perkara luaran atau faktor luaran organisasi. Elemen yang mempengaruhinya sebahagiannya berkisar mengenai politik, teknologi, ekonomi dan masyarakat. Peluang dapat diperolehi dan dimanfaatkan juga melalui perubahan pasaran dan teknologi, perubahan polisi kerajaan yang berhubungkait bidang organisasi, perubahan gaya hidup dan seumpamanya. Persoalan dan jawapan yang perlu diperolehi mengenai peluang di antaranya ialah:

- (a) Adakah pasaran dan pelanggan mempunyai daya tarikan?
- (b) Apakah halatuju yang menarik perhatian?
- (c) Adakah organisasi memasuki pasaran baru?
- (d) Adakah organisasi mempunyai teknologi terkini?
- (e) Apakah perlu terbaik yang dihadapi oleh organisasi?

Ancaman seperti juga peluang yang berkaitan aspek luaran yang dipengaruhi dengan elemen politik, teknologi, ekonomi dan masyarakat dan sebagainya. Dengan membuat analisis terhadap ancaman ianya memberi gambaran lebih jelas mengenai apakah keperluan yang perlu dilakukan dan meletakkan atau melihat permasalahan dalam perspektif yang betul. Persoalan dan jawapan yang perlu diperolehi mengenai ancaman di antaranya ialah:

- (a) Apakah pesaing lakukan?
- (b) Adakah perubahan teknologi menjejaskan keupayaan organisasi?
- (c) Apakah ancaman yang dihadapi?
- (d) Adakah menghadapi masalah hutang dan aliran tunai?
- (e) Adakah diperlukan perubahan terhadap spesifikasi perkhidmatan atau pengeluaran?

Ini hanya merupakan antara contoh-contoh dan ia boleh dipelbagai mengikut organisasi dan pasaran di mana ia beroperasi. Analisis SWOT menolong organisasi mengasingkan mengikut jenis-jenis faktor secara sistematik dan mengklasifikasikannya tetapi ia memerlukan analisis yang lebih jauh kreatif analisis untuk masuk akal. Ia adalah penting untuk mengingatkan bahawa senarai SWOT perlu

mengenalpasti kekuatan-kekuatan bahawa organisasi itu boleh dieksploitasi dan kelemahan-kelemahan yang ia akan cuba dilakukan.

Analisis SWOT boleh dilaksanakan oleh pentadbir secara individu ataupun secara kumpulan. Sungguhpun begitu, teknik secara berkumpulan lebih efektif bagi menyediakan objektif, struktur, penerangan dan fokus perbincangan tanpa dipengaruhi oleh politik dan kepentingan peribadi. Sesebuah organisasi perlu mengambil peluang secara optima berdasarkan kekuatan yang ada, perlu seimbang dan memperbaiki kelemahan yang terdedah kepada ancaman. Apabila analisis telah selesai, organisasi boleh merangka strategi berdasarkan padanan yang menunjukkan sesuatu yang penting kepada organisasi akan memberi keutamaan kepada strategi bagi padanan kekuatan dengan peluang dan keutamaan kedua bagi padanan kelemahan dan ancaman. Tujuannya ialah bagi menggunakan peluang dalam konteks kekuatan organisasi dan pertahanan kepada ancaman dalam konteks kelemahan organisasi.

Model ini mempunyai peraturan mudah untuk berjaya. Antara peraturannya adalah menjadi realistik terhadap kekuatan dan kelemahan di dalam organisasi. Selain itu, analisis tersebut harus membezakan antara organisasi sekarang dan masa depan. Di samping itu juga, ketepatan dari mengelak perkara-perkara yang masih samar-samar dan sentiasa menganalisis hubungan dengan persaingan. Contohnya, lebih baik atau lebih buruk daripada persaingan.

### **3.4 Kesimpulan**

Analisis SWOT agak subjektif dalam mengenalpasti kekuatan dan kelemahan dari segi dalaman sesebuah organisasi dan peluang dan ancaman dari luaran. Ini bermakna setiap orang mempunyai pandangan yang berbeza-beza tetapi daripada perbincangan analisis SWOT, matlamat ini telah tercapai. Analisis SWOT senang difahami untuk menunjukkan faktor yang mempengaruhinya. Langkah-langkah menggunakan analisis SWOT ialah menganalisis masalah terlebih dahulu. Seterusnya mengenalpasti faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Akhir sekali, hasil tersebut dianalisis dan keputusan akan diperolehi.

## **BAB 4**

### **KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN**

#### **4.1 Pengenalan**

Bab ini membincangkan dan menghuraikan dapatan yang diperoleh dalam kajian ini iaitu faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan di kalangan pelanggan AgroBank Cawangan Kuala Lipis, Pahang. Dapatan kajian yang akan dibincangkan dan dihuraikan termasuklah ciri demografi iaitu jantina responden dan pencarian faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan berdasarkan dapatan borang kaji selidik.

#### **4.2 Latar Belakang Responden**

##### **4.2.1 Jantina**

Kajian dilakukan ke atas 100 orang responden yang merupakan pelanggan AgroBank Cawangan Kuala Lipis. Jadual 4.1 (a) di bawah memaparkan profil responden dari segi jantina. Responden yang dipilih adalah secara rawak daripada pelanggan-pelanggan AgroBank Cawangan Kuala Lipis. Daripada Jadual 4.1 (a), didapati 57% iaitu seramai 57 orang adalah responden lelaki manakala 43% atau 43 orang adalah responden perempuan.

Jadual 4.1 (a): Responden mengikut jantina

		Frekuensi	Peratus	Peratus	
				Sah	Peratus kumulatif
Sah	lelaki	57	57.0	57.0	57.0
	perempuan	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

#### 4.2.2 Bangsa

Jadual 4.1 (b) di bawah menunjukkan responden yang dipilih adalah terdiri daripada 20 orang pelanggan Cina (20%), 21 orang pelanggan India (21%), 57 orang pelanggan Melayu (57%) dan 2 orang pelanggan berbangsa lain-lain (2%).

Jadual 4.1 (b) : Responden mengikut bangsa

		Frekuensi	Peratus	Peratus	
				Sah	Kumulatif
Sah	cina	20	20.0	20.0	20.0
	india	21	21.0	21.0	41.0
	lain-lain	2	2.0	2.0	43.0
	melayu	57	57.0	57.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

#### 4.2.3 Jenis Pekerjaan

Berdasarkan taburan responden mengikut jenis pekerjaan pelanggan, Jadual 4.1 (c) mendapati seramai 31 orang pelanggan yang bekerja di sektor kerajaan, sejumlah 16 orang pelanggan pula terdiri daripada pelajar. Di samping itu juga terdapat 30 orang pelanggan bekerja di sektor swasta manakala seramai 23 orang pelanggan bekerja sendiri.

Jadual 4.1 (c) : Responden mengikut jenis pekerjaan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	kerajaan	31	31.0	31.0	31.0
	pelajar	16	16.0	16.0	47.0
	swasta	30	30.0	30.0	77.0
	sendiri	23	23.0	23.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

### 4.3 Analisis SWOT

#### 4.3.1 Analisis terhadap Kekuatan

Analisis ini dikaji berdasarkan borang kaji selidik yang telah diisi oleh pelanggan AgroBank Cawangan Kuala Lipis. Bagi faktor kekuatan ia dapat dikenalpasti melalui sifat-sifat positif. Oleh sebab itu, faktor kekuatan ini telah di analisis berdasarkan pelanggan yang memilih jawapan ‘setuju’ dan ‘sangat setuju’ sahaja dari borang kaji selidik. Di AgroBank terdapat 4 kriteria yang telah dianalisis bagi perkhidmatan yang pelanggan jangkakan daripada wakil perkhidmatan pelanggan/juruwang, penyelia/pengurusan, pinjaman/gadaian dan kemudahan cawangan. Berdasarkan Jadual 4.2 didapati sebanyak 100% memilih kriteria cekap. Kecekapan kakitangan memproses sesuatu tugas merupakan faktor kekuatan kepada bank. Manakala kriteria perkhidmatan cepat dan cekap daripada wakil perkhidmatan pelanggan/juruwang mencatatkan peratus terendah iaitu sebanyak 30.85%.

Jadual 4.2 Analisis kriteria berdasarkan Kekuatan

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan	peramah dan berbudi bahasa	66	32.84%
	perkhidmatan cepat dan cekap	62	30.85%
Pelanggan / Juruwang	profesional dan keterampilan menarik	73	36.32%
	peramah dan berbudi bahasa	76	33.93%
	perkhidmatan cepat dan cekap	70	31.25%
Penyelia / Pengurusan	profesional dan keterampilan menarik	78	34.82%
	peramah dan berbudi bahasa	72	32.14%
Pinjaman / Gadaian	perkhidmatan cepat dan cekap	76	33.93%

	profesional dan keterampilan menarik	76	33.93%
Kemudahan Cawangan	Cekap	71	100.00%

### 4.3.2 Analisis terhadap Kelemahan

Faktor kelemahan tidak dititikberatkan malah banyak faktor-faktor positif yang lain ditonjolkan hanya terdapat beberapa faktor beberapa faktor sahaja. Bagi faktor kelemahan ia dapat dikenalpasti melalui sifat-sifat negatif. Bagi faktor ini telah di analisis berdasarkan pelanggan yang memilih jawapan 'setuju' dan 'sangat setuju' dari borang kaji selidik. Ini menunjukkan bahawa responden bersetuju dengan sifat-sifat negatif tersebut. Jadual 4.3 menunjukkan tiga kriteria telah dipilih sebagai faktor kelemahan. Kriteria-kriteria di atas di analisis berdasarkan kemudahan cawangan. Kriteria barisan yang panjang di kaunter mencatatkan peratus yang tertinggi iaitu sebanyak 54.29%. Hal ini kerana hanya terdapat dua kaunter sahaja dibuka pada sesuatu masa. Pada masa kini telah banyak perkhidmatan yang ditawarkan oleh AgroBank, maka jumlah pelanggan juga telah bertambah. Ini menyebabkan kaunter yang disediakan tidak mencukupi dan seterusnya menyebabkan wujudnya barisan panjang di kaunter. Manakala mesin ATM terdapat dilokasi yang sukar didapati mencatatkan peratus yang terendah iaitu sebanyak 19.05%.

Jadual 4.3 (a): Analisis kriteria berdasarkan Kelemahan

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
	hiasan yang tidak menarik	28	26.67%
Kemudahan Cawangan	mesin ATM terdapat dilokasi yang sukar didapati	20	19.05%
	Barisan yang panjang di kaunter	57	54.29%

Jadual 4.3 (b) di bawah menunjukkan sebanyak 57 orang pelanggan bersetuju bahawa perkhidmatan telefon di cawangan ini kurang memuaskan. Ini mungkin disebabkan pelanggan tidak dilayan dengan mesra oleh kakitangan bank. Manakala sebanyak 43 orang pelanggan menganggap sebaliknya.



Jadual 4.3 (b): Perkhidmatan telefon di cawangan ini kurang memuaskan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	57	57.0	57.0	57.0
	Tidak	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

### 4.3.3 Analisis terhadap Peluang

Bagi faktor peluang ia dapat dikenalpasti melalui sifat-sifat positif dan telah di analisis berdasarkan pelanggan yang memilih jawapan ‘setuju’ dan ‘sangat setuju’ sahaja dari borang kaji selidik. Daripada Jadual 4.4 (a) terdapat empat kriteria telah di analisis. Kriteria kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda daripada Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang dan Pinjaman / Gadaian mencatatkan peratus yang sama iaitu 100%. Kriteria boleh didapati bila pelanggan memerlukan mencatatkan peratus yang terendah iaitu sebanyak 47.97%. Hal ini mungkin pada masa tertentu kakitangan sibuk dengan kerja. Faktor peluang yang berpotensi untuk menarik pelanggan adalah bersih dan kemudahan yang terpelihara dengan baik. Pihak bank boleh mengambil peluang ini untuk meningkatkan bilangan pelanggan yang berurusan dengan mereka dan seterusnya menambahkan keuntungan bagi bank tersebut.

Jadual 4.4 (a): Analisis Kriteria berdasarkan Peluang

		Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda		71	100%
	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda		77	52.03%
Penyelia / Pengurusan	Boleh didapati bila pelanggan memerlukan		71	47.97%
	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda		75	100.00%
Pinjaman / Gadaian	Bersih dan kemudahan yang terpelihara dengan		77	50.66%
	Kemudahan Cawangan	baik		
	Maklumat boleh didapati dirisalah		75	49.34%

Jadual 4.4 (b) menunjukkan seramai 46 orang pelanggan memohon untuk kredit pada tahun lepas. Terdapat pelbagai jenis pinjaman bagi pelanggan untuk

memohon seperti pinjaman MUST, pinjaman untuk pendidikan, pinjaman AgroCash dan sebagainya. Pihak bank perlu membuat promosi untuk menarik lebih ramai lagi pemohon bagi kredit bagi meningkatkan keuntungan bank tersebut.

Jadual 4.4 (b): Bilangan responden yang memohon kredit

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	46	46.0	46.0	46.0
	Tidak	54	54.0	54.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Berdasarkan Jadual 4.4 (c) dapat dilihat dengan jelas sebanyak 57% suka dihubungi oleh wakil dari bank. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh faktor seperti keinginan untuk mengetahui perkembangan akaun di bank tersebut dan faktor-faktor lain. Manakala bagi Jadual 4.4 (d) di bawah pula menunjukkan seramai 85 orang pelanggan akan mencadangkan cawangan ini kepada rakan-rakan yang lain. Ini akan dapat membantu bank tersebut berkembang dengan lebih maju lagi.

Jadual 4.4 (c): Responden suka dihubungi oleh wakil dari bank

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	57	57.0	57.0	57.0
	Tidak	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.4 (d): Responden akan cadangkan cawangan ini kepada rakan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	85	85.0	85.0	85.0
	Tidak	15	15.0	15.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

#### 4.3.4 Analisis terhadap Ancaman

Faktor ancaman adalah faktor luaran yang dapat dikenalpasti oleh sifat-sifat negatif dan ia telah di analisis berdasarkan pelanggan yang memilih jawapan ‘setuju’ dan ‘sangat setuju’ dari borang kaji selidik. Pelanggan yang memilih ini bersetuju dengan sifat-sifat negatif ini. Ancaman yang ketara memberi kesan negatif kepada

AgroBank adalah kriteria seseorang kakitangan yang tidak mempunyai pengetahuan terhadap produk baru yang ditawarkan di bank tersebut. Ketiga-tiga kriteria ini menunjukkan jumlah peratus yang sama iaitu 100%. Setiap kakitangan haruslah mengambil berat tentang produk baru yang ditawarkan di bank tersebut untuk mempromosi kepada orang ramai.

Jadual 4.5: Analisis Kriteria berdasarkan Ancaman

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	28	100%
Penyelia / Pengurusan	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	23	100%
Pinjaman / Gadaian	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	21	100%

#### 4.4 Kesimpulan

Kesimpulannya, AgroBank merupakan sebuah bank yang mempunyai potensi untuk berkembang lebih maju lagi. Hal ini disebabkan oleh faktor kekuatan yang dimiliki oleh bank tersebut. Faktor kekuatan yang paling menonjol seperti kecekapan. Pelanggan mengharapkan sesuatu yang positif daripada kakitangan bank.

Dapat disimpulkan juga bahawa di AgroBank terdapat beberapa kelemahan dikenalpasti. Faktor yang paling ketara adalah barisan yang panjang di kaunter. Faktor-faktor kelemahan yang lain kurang menonjol kerana banyak elemen lain yang ditonjolkan. Pihak bank boleh mengambil tindakan untuk mengatasi masalah barisan yang panjang di kaunter seperti menambah bilangan kaunter, meningkatkan kepantasan dan kecekapan juruwang dalam menjalankan sesuatu tugas dan sebagainya.

Faktor ancaman tidak wujud dalam keadaan sebenar. Di AgroBank Kuala Lipis tidak pernah berlaku rompakan dan keselamatannya agak terjamin. Hal ini kerana bank tersebut di kawal rapi oleh pengawal keselamatan. Selain itu, tempat letak kenderaan yang mudah didapati dan berhampiran dengan bank meyenangkan pelanggan untuk berurusan dengan bank dan seterusnya mengurangkan kadar jenayah.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN CADANGAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pelbagai cara digunakan dalam mengenalpasti faktor-faktor kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Bab ini akan membincangkan dan membuat rumusan mengenai dapatan analisis data yang telah dijalankan. Selain itu, beberapa cadangan akan diketengahkan bagi meningkatkan kualiti perkhidmatan di sektor perbankan.

Daripada keseluruhan kajian, kriteria cekap merupakan faktor kekuatan bagi bank tersebut iaitu sebanyak 100%. Kecekapan kakitangan memproses sesuatu tugas merupakan faktor kekuatan kepada bank dan menyumbang kepada peningkatan keuntungan di bank. Penyumbangan sebanyak 54.29% terhadap kriteria barisan yang panjang di kaunter menyumbang kepada faktor kelemahan bagi bank tersebut. Pihak bank perlu mengatasi masalah ini supaya pelanggan senang berurusan dengan pihak bank. Kriteria kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan pelanggan iaitu 100% merupakan faktor peluang. Pihak bank boleh mengambil peluang ini bagi memajukan perniagaannya. Ancaman yang ketara memberi kesan negatif kepada AgroBank adalah kriteria seseorang kakitangan yang tidak mempunyai pengetahuan terhadap produk baru yang ditawarkan di bank tersebut. Daripada hasil kajian didapati sebanyak 100% kakitangan yang tidak mempunyai pengetahuan terhadap produk baru.

Faktor kekuatan dan kelemahan adalah faktor dalaman yang biasanya dikaitkan dengan kebijaksanaan pemasaran, organisasi pemasaran dan kakitangan pemasaran. Faktor peluang dan ancaman pula adalah faktor luaran yang wujud daripada analisis persekitaran luaran. Kebiasaannya sesebuah organisasi tidak mempunyai kuasa untuk mengawalinya tetapi perlu mengenalpasti peluang-peluang yang mungkin wujud dalam persekitaran dan sebarang ancaman yang mendatang.

Di era pemasaran yang banyak persaingan pada masa ini, keupayaan mengemukakan produk yang lebih kompetitif sangat penting sebagai strategi pemasaran, tetapi ianya memerlukan berbagai inisiatif tambahan oleh pihak bank. Asasnya, isu terpenting mengenai produk ialah ianya perlu menepati keperluan, kemahuan dan harapan pelanggan. Di sini, faktor-faktor lain selain kualiti seperti kemudahan cawangan yang memuaskan, perkhidmatan yang bagus dan sebagainya patut diambil kira untuk menarik perhatian pelanggan.

## **5.2 Cadangan**

Beberapa cadangan penambahbaikan boleh dilakukan. Antaranya menggunakan teknik tak berparameter terhadap Analisis Penyampulan Data. Disarankan juga supaya pengkaji menggunakan pelbagai jenis kriteria lagi supaya keputusan yang akan diperolehi lebih tepat.

Kajian ini juga boleh dilaksanakan dengan menggunakan analisis faktor. Bagi pengkaji yang ingin menggunakan analisis faktor dicadangkan agar menggunakan banyak pembolehubah yang merangkumi pelbagai aspek. Ini supaya keputusan yang akan diperolehi lebih jitu dan tepat lagi.

Bakal penyelidik juga disarankan supaya menggunakan analisis *Path*. Model ini digunakan untuk mengkaji hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kualiti perkhidmatan dalam sektor perbankan. Hasil dari kajian ini pengkaji akan dapat mengetahui faktor yang paling kuat mempengaruhi kualiti perkhidmatan.

## RUJUKAN

- Charles, K., Ekong, U. O., & Tolulope, F. I. 2007. Pelaksanaan M-commerce di Negara Nigeria dengan menggunakan kaedah analisis SWOT. *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Johnson, G., Scholes, K., & Sexty, R. W. 1989. *Exploring strategic management*. Scarborough, Ontario: Prentice Hall.
- Joseph, M., McClure, C. & Joseph, B. 1999. Service quality in the banking sector: the impact of technology on service quality.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 1999. "Principles of Marketing" 8th Ed.: Prentice Hall, International Inc.
- Mohd. Hizam, H. 2003. Strategi Pendidikan Perniagaan di Alaf Baru. *Jurnal Pendidikan*.
- Mohd. Majid, K. 1990. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Ed. Ke-2. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nazery, K., Ahmad Fakhruddin, M., & Arni Suzana, Z. 2004. Pesaingan antara pelabuhan tempatan di bawah pengurusan pihak berkuasa pelabuhan persekutuan dengan menggunakan analisis SWOT. *Centre for Economic Studies & Ocean Industries Maritime Institute of Malaysia*
- Saha, P. & Zhao, Y. 2005. Relationship between online service quality and customer satisfaction.
- Sri Hayati, Agus Suroso & Budi Juwono. 2004. Analisis Strategi bersaing pada PD BPR BKK Mandiraja Kabupaten Banjarnegara. Alumni Magister Sains Ekonomi Manajemen Unsoed.
- Voss, R., Gruber, T., & Szmigin, I. 2007. Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research* 60 (2007) 949-959.

**Wang, C., & Wang, Z. 2005. The impact of internet on service quality in the banking sector.**

**Yavas, U., Bilgin, Z. & Donald, J. S. 1997. Service quality in the banking sector in an emerging economy: consumer survey.**

## **LAMPIRAN A: BORANG KAJI SELIDIK**

### **BORANG KAJI SELIDIK MENGENAI KUALITI PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR PERBANKAN: PERANAN JANGKAAN TERHADAP PELANGGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

Saya adalah pelajar tahun akhir Sarjana Muda Sains (Mtematik Kewangan) dari Universiti Malaysia Terengganu sedang menjalankan kajian berkenaan dengan “**Kualiti Perkhidmatan Dalam Sektor Perbankan: Peranan Jagkaan Terhadap Pelanggan Menggunakan Analisis SWOT**”. Kajian ini adalah bagi menyiapkan Projek Ilmiah Tahun Akhir MAT 4499B. Kerjasama anda terhadap borang soal selidik dan kajian ini amatlah dihargai. Segala maklumat sulit dan hanya untuk tujuan penyelidikan sahaja.

**NURSHAHIDA BINTI DZULAKEFLI**

**UK13814**

Pelajar Tahun Akhir

Sarjana Muda Sains (Matematik Kewangan)

Universiti Malaysia Terengganu



## **BAHAGIAN A: MAKLUMAT DEMOGRAFI PELANGGAN**

1. Jantina  Lelaki  Perempuan
2. Bangsa  Melayu  
 Cina  
 India  
 Lain-lain: \_\_\_\_\_
3. Jenis pekerjaan  Swasta  
 Kerajaan  
 Sendiri  
 Pelajar

## **BAHAGIAN B:**

**Sila bulatkan pada ruang yang berkenaan sahaja dan jawab semua soalan mengikut skala berikut:**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Kurang Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>

## **WAKIL PERKHIDMATAN PELANGGAN/JURUWANG**

1.1 Bagaimana kepuasan hati anda pada kriteria berikut bagi perkhidmatan yang anda jangkakan daripada wakil perkhidmatan pelanggan/juruwang?

Peramah dan berbudi bahasa	1	2	3	4	5
Tidak berpengetahuan terhadap produk baru dan perkhidmatan bank	1	2	3	4	5
Kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	1	2	3	4	5
Perkhidmatan cepat dan cekap	1	2	3	4	5
Profesional dan keterampilan menarik	1	2	3	4	5

## PEYELIA/PENGURUSAN

2.1 Bagaimana kepuasan hati anda pada kriteria berikut bagi perkhidmatan yang anda jangkakan daripada penyelia / pengurusan bagi cawangan ini?

Peramah dan berbudi bahasa	1	2	3	4	5
Tidak berpengetahuan terhadap produk dan perkhidmatan bank	1	2	3	4	5
Kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	1	2	3	4	5
Perkhidmatan cepat dan cekap	1	2	3	4	5
Profesional dan keterampilan menarik	1	2	3	4	5
Boleh didapati bila pelanggan memerlukan	1	2	3	4	5

## KEMUDAHAN CAWANGAN

3.1 Bagaimana kepuasan hati anda pada kriteria berikut bagi perkhidmatan yang anda jangkakan yang dialami di cawangan ini?

Bersih dan kemudahan yang terpelihara dengan baik	1	2	3	4	5
Cekap	1	2	3	4	5
Barisan yang panjang di kaunter	1	2	3	4	5
Maklumat boleh didapati dirisalah	1	2	3	4	5
Hiasan yang tidak nyaman dan menarik	1	2	3	4	5
Mesin ATM terdapat di lokasi yang sukar didapati	1	2	3	4	5

## PINJAMAN/GADAIAN

4.1 Adakah anda pernah memohon untuk kredit (pinjaman atau cagaran) pada tahun ini?

Ya       Tidak

4.2 Bagaimana kepuasan hati anda pada kriteria berikut bagi perkhidmatan yang anda jangkakan daripada pegawai kredit?

Peramah dan berbudi bahasa	1	2	3	4	5
Tidak berpengetahuan terhadap produk dan perkhidmatan bank	1	2	3	4	5
Kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	1	2	3	4	5
Perkhidmatan cepat dan cekap	1	2	3	4	5
Profesional dan keterampilan menarik	1	2	3	4	5

### TELEFON PERTANYAAN

5.1 Adakah perkhidmatan telefon di cawangan ini kurang memuaskan?

Ya     Tidak

### KOMEN AKHIR

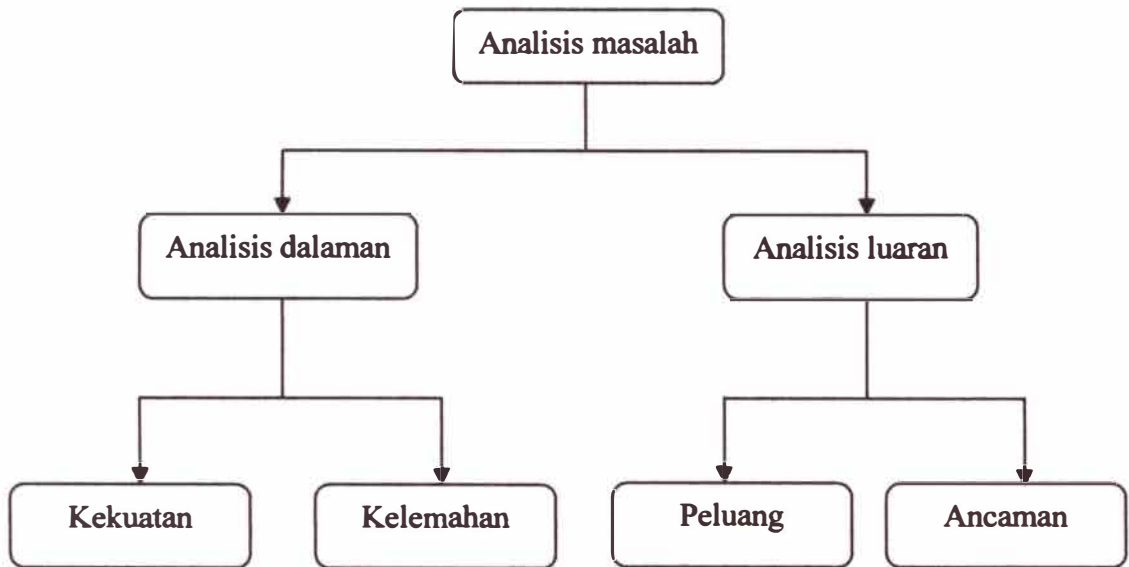
6.1 Anda suka dihubungi oleh wakil dari bank

Ya     Tidak

6.2 Anda akan mencadangkan cawangan ini kepada rakan @ rakan perniagaan

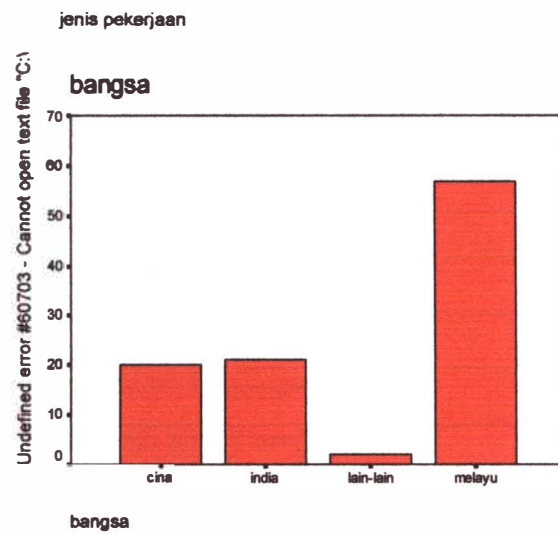
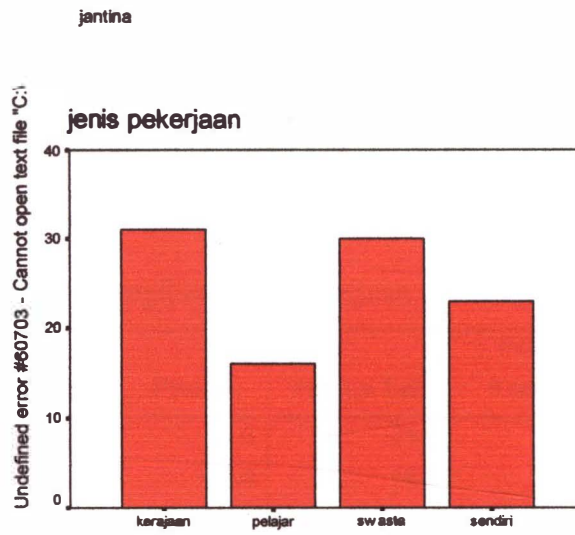
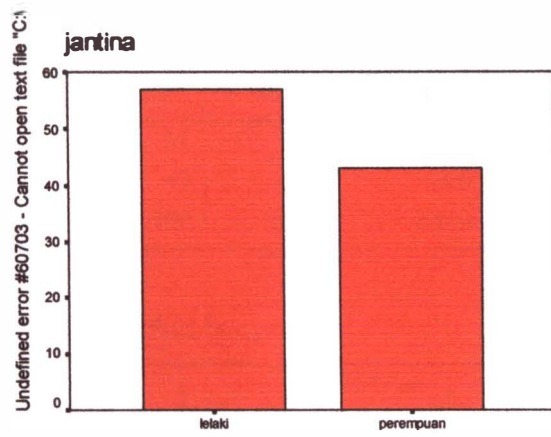
Ya     Tidak

## LAMPIRAN B



**Rajah 3.1: Model analisis SWOT**

## LAMPIRAN C: HISTOGRAM



## LAMPIRAN D: OUTPUT SPSS

Jadual 4.1 (a): Responden mengikut jantina

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus kumulatif
Sah	lelaki	57	57.0	57.0	57.0
	perempuan	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.1 (b) : Responden mengikut bangsa

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	cina	20	20.0	20.0	20.0
	india	21	21.0	21.0	41.0
	lain-lain	2	2.0	2.0	43.0
	melayu	57	57.0	57.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.1 (c) : Responden mengikut jenis pekerjaan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	kerajaan	31	31.0	31.0	31.0
	pelajar	16	16.0	16.0	47.0
	swasta	30	30.0	30.0	77.0
	sendiri	23	23.0	23.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.2 Analisis kriteria berdasarkan Kekuatan

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang	peramah dan berbudi bahasa	66	32.84%
	perkhidmatan cepat dan cekap	62	30.85%
	profesional dan keterampilan menarik	73	36.32%
Penyelia / Pengurusan	peramah dan berbudi bahasa	76	33.93%
	perkhidmatan cepat dan cekap	70	31.25%
	profesional dan keterampilan menarik	78	34.82%
Pinjaman / Gadaian	peramah dan berbudi bahasa	72	32.14%
	perkhidmatan cepat dan cekap	76	33.93%

	profesional dan keterampilan menarik	76	33.93%
Kemudahan Cawangan	cekap	71	100.00%

Jadual 4.3 (a): Analisis kriteria berdasarkan Kelemahan

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Kemudahan Cawangan	hiasan yang tidak menarik	28	26.67%
	mesin ATM terdapat dilokasi yang sukar didapati	20	19.05%
	Barisan yang panjang dikaunter	57	54.29%

Jadual 4.3 (b): Perkhidmatan telefon di cawangan ini kurang memuaskan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	57	57.0	57.0	57.0
	Tidak	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.4 (a): Analisis Kriteria berdasarkan Peluang

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	71	100%
Penyelia / Pengurusan	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	77	52.03%
	Boleh didapati bila pelanggan memerlukan	71	47.97%
Pinjaman / Gadaian	kesediaan untuk mendengar dan menjawab keperluan anda	75	100.00%
Kemudahan Cawangan	Bersih dan kemudahan yang terpelihara dengan baik	77	50.66%
	Maklumat boleh didapati dirisalah	75	49.34%

Jadual 4.4 (b): Bilangan responden yang memohon kredit

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	46	46.0	46.0	46.0
	Tidak	54	54.0	54.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.4 (c): Responden suka dihubungi oleh wakil dari bank

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	57	57.0	57.0	57.0
	Tidak	43	43.0	43.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.4 (d): Responden akan cadangkan cawangan ini kepada rakan

		Frekuensi	Peratus	Peratus Sah	Peratus Kumulatif
Sah	Ya	85	85.0	85.0	85.0
	Tidak	15	15.0	15.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Jadual 4.5: Analisis Kriteria berdasarkan Ancaman

	Kriteria	Frekuensi	Peratus
Wakil Perkhidmatan Pelanggan / Juruwang	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	28	100%
Penyelia / Pengurusan	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	23	100%
Pinjaman / Gadaian	Tidak berpengetahuan terhadap produk baru	21	100%



## **BIODATA PENULIS**

**Nama** : Nurshahida Binti Dzulakefli

**Alamat Tetap** : No 38/4 Taman Fah Choon,  
27200 Kuala Lipis,  
Pahang Darul Makmur.

**Nombor Telefon** : 013-9187235 / 014-8338363

**Email** : [dnurshahida@yahoo.com](mailto:dnurshahida@yahoo.com)

**Tarikh Lahir** : 08 Jun 1987

**Tempat Lahir** : Kg. Ulu Keledik, Kuala Lipis, Pahang

**Kewarganegaraan** : Malaysia

**Bangsa** : Melayu

**Jantina** : Perempuan

**Agama** : Islam

**Pendidikan** : Sek. Keb. Kuala Telang, Kuala Lipis, Pahang  
(1994-1996)

Sek. Indera Syahbandar Pahang, Kuala Lipis, Pahang.  
(1997-1999)

Sek. Men. Clifford, Kuala Lipis, Pahang.  
(2000-2004)

Kolej Matrikulasi Pahang  
(2005-2006)

Universiti Malaysia Terengganu  
(2006-2009)

**KUALITI PERKHIDMATAN DALAM SEKTOR PERBANKAN: PERANAN JANGKAAN TERHADAP PELANGGAN DENGAN MANGGUNAKAN ANLISIS SWOT**