

LAPORAN AKHIR LATIHAN INDUSTRI DI  
TELEKOM MALAYSIA BERHAD (CONSUMER SALES)  
KOTA BHARU KELANTAN DARUL NAIM

RIADHUDDIN BIN ABDUL AZIZ

Laporan Latihan Industri Diserahkan Kepada

JABATAN EKOLOGI SOSIAL  
FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI  
KOLEJ UNIVERSITI SAINS DAN TEKNOLOGI MALAYSIA

2006



**LAPORAN AKHIR LATIHAN INDUSTRI DI TELEKOM MALAYSIA  
BERHAD (CONSUMER SALES)  
KOTA BHARU  
KELANTAN DARUL NAIM**

Disediakan Oleh:

**RIADHUDDIN BIN ABDUL AZIZ  
SARJANA MUDA PENGURUSAN POLISI DAN SEKITARAN  
SOSIAL**

Laporan Industri Diserahkan Kepada:


**JABATAN EKOLOGI SOSIAL  
FAKULTI PENGURUSAN EKONOMI  
KOLEJ UNIVERSITI SAINS DAN TEKNOLOGI SOSIAL  
(KUSTEM)**

1100045586

## PENGESAHAN KEASLIAN LAPORAN

Dengan ini saya **Riadhuddin Bin Mohd Nasir**, mengaku bahawa laporan industri bagi kursus **SOS4299** adalah hasil usaha saya sendiri. Segala bentuk tulisan yang terkandung dalam laporan ini adalah merupakan pandangan dan pendapat saya yang berasaskan pengaplikasian teori dan pengalaman yang di pelajari semasa menjalani latihan industri semata-mata. Fakulti Pengurusan Dan Ekonomi, KUSTEM tidak terikat dengan isi kandungan laporan tersebut.

Tandatangan

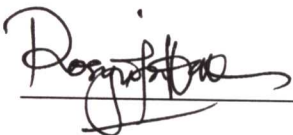


---

Nama: Riadhuddin Bin Abdul Aziz

Tarikh: 14/11/2006

Disahkan oleh:



---

Pn. Rosyidah Bte Mohammad

Penyelia KUSTEM

## PENGHARGAAN

Syukur Alhamdulillah dengan limpah kurnia-Nya dapat saya menamatkan latihan industri dan menyiapkan Buku Laporan Industri bagi sesi Januari 2006 di Telekom Malaysia Berhad, Kelantan. Saya telah menjalani latihan industri selama 12 minggu iaitu bermula dari 17 April 2006 sehinggalah 9 Julai 2006. Kejayaan ini adalah atas sumbangan dan bantuan daripada semua pihak terutama daripada pihak KUSTEM dan warga TM Berhad.

Di kesempatan ini saya ingin mengucapkan sekalung penghargaan kepada pihak Telekom Malaysia Berhad, Cawangan Kota Bharu, Kelantan kerana memberi saya peluang untuk menjalankan latihan industri di organisasi ini. Pelbagai pengalaman baru dan pengetahuan yang saya perolehi sepanjang berada di TM berhad Kota Bharu dan ini membantu saya memanfaatkannya demi kepentingan diri, masyarakat, agama, bangsa dan negara.

Saya juga ingin mengucapkan berbilang terima kasih kepada En. Hj. Halim Bin Muda, selaku ketua unit di bahagian 'Consumer Sales' Kota Bharu dan juga kepada EN. Borhanuddin B. Hamat selaku penyelia saya yang banyak membantu saya sepanjang menjalani latihan industri di unit ini. Beliau juga yang telah memberi tugas dan menyemak setiap aktiviti dalam buku laporan latihan

industri serta membuat penilaian prestasi saya untuk setiap bulan selama saya berada di unit Consumer Sales ini.

Selain itu terima kasih saya juga untuk semua staf di Consumer Sales yang selama ini banyak membantu dan memberi tunjuk ajar kepada saya. Segala tunjuk ajar yang telah mereka berikan amat saya hargai dan tidak akan saya sia-siakan. Tidak lupa juga ingin saya ucapkan ribuan terima kasih kepada keluarga saya dan rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi sokongan dan bimbingan kepada saya untuk menyiapkan Laporan Latihan Industri ini.

Sebelum saya mengakhiri halaman ini, ingin saya tujukan ucapan terima kasih kepada pihak Kolej Universiti Sains Dan Teknologi Malaysia, khususnya Unit Latihan Industri kerana membantu saya sepanjang menjalani latihan industri dan juga dalam menyiapkan Laporan Latihan Industri. Segala tunjuk ajar dan bantuan yang diberikan amat dihargai dan dijadikan pengajaran. Segala kemahiran dan pengalaman yang diperolehi hasil latihan ini akan saya jadikan pengajaran dan panduan bagi menempuhi alam pekerjaan yang sebenar.

Sekian, terima kasih.

**RIADHUDDIN BIN ABDUL AZIZ**  
**SARJANA MUDA PENGURUSAN**  
**(POLISI DAN SEKITARAN SOSIAL) KUSTEM**

## ISI KANDUNGAN

<u>PERKARA</u>	<u>MUKA SURAT</u>
PEGESAHANKEAHLIAN LAPORAN	ii
PENGHARGAAN	ii
ISI KANDUNGGAN	iv
BAB 1:       PENGENALAN	1
1.1    Latar Belakang Syarikat	1
1.1.2 Lokasi	2
1.1.3 Unit Pentadbiran TM Berhad	2
1.2    Sejarah Komunikasi	3
1.2.1 Misi Telekom Malaysia	4
1.2.2 Visi Telekom Malaysia	5
1.2.3 Logo Telekom Malaysia	5
1.2.4 Logo Pertama	5
1.2.5 Logo Kedua	6
1.2.6 Logo Ketiga	7
1.2.7 Logo Terbaru	8
1.3    Penjenamaan Baru Logo TM	9
1.3.1 Pengenalan	9
1.3.2 Tujuan Penjenamaan Baru	9
1.3.3 Rasional Logo Baru Telekom	11
1.3.4 Ikrar Jenama	12

1.3.5	TM Point Berwajah Baru	12
1.3.6	Sistem 5's C & B Kelantan	13
1.4	Carta Organisasi	14
1.4.1	Unit Pentadbiran Konsumer Sales	15
1.4.2	Wawasan Dan Misi	15
1.4.3	Fungsi Unit Consumer Retention	16
1.5	Perkhidmatan Yang Disediakan	17
1.5.1	Permohonan Talian Tambahan	17
1.5.2	Pindah Milik Telefon Kepada Pihak Lain	18
1.5.3	Pengumuman Perpindahan	18
1.5.4	Mengekalkan Nombor Telefon Yang Sama Apabila Berpindah	18
1.5.5	Permohonan Talian Faks	19
1.5.6	Kemudahan Tambahan Telefon	19
1.5.7	Permohonan Talian Internet	19
1.6	Pengurusan Promosi	19
1.6.1	Kepentingan Promosi	20
1.6.2	Objektif Promosi	21
1.7	Campuran Promosi	22
1.7.1	Pengiklanan	22
1.7.2	Televisyen	23
1.7.3	Papan Tanda	24
1.7.4	Risalah	24



1.7.5	Kain Rentang	24
1.8	Aktiviti Consumer Sales	24
1.8.1	Anjuran Pameran	25
1.8.2	Pendidikan Kesedaran	25
1.8.3	Sumbangan Dan Tajaan	27
1.9	Promosi Jualan	27
1.9.1	Peraduan Dan Cabutan Bertuah	28
1.9.2	Baucer	29
BAB 2:	PENGENALPASTIAN MASALAH DAN CADANGAN PENYELESAIAN	30
2.1	Pendahuluan	30
2.1.1	Sistem Pembayaran Bil Akaun Tertunggak	31
2.1.2	Pengenalan	31
2.1.3	Pengenalpastian Masalah	34
2.1.4	Punca Masalah	34
2.1.5	Kesan Masalah	35
2.1.6	Cadangan Penyelesaian	35
2.2	Sistem Info pelanggan Melalui Telefon	36
2.2.1	Pengenalan	36
2.2.1	Pengenalpastian Masalah	39
2.2.2	Punca Masalah	39
2.2.3	Kesan Masalah	40

2.2.4	Cadangan Penyelesaian	40
2.3	Sistem Penyediaan Surat Pelanggan	41
2.3.1	Pengenalan	41
2.3.2	Pengenalpastian Masalah	44
2.3.3	Punca Masalah	44
2.3.4	Kesan Masalah	45
2.3.5	Cadangan Penyelesaian	45
BAB 3 PENUTUP		46
3.0	Kesimpulan	46
	Rujukan	50

# BAB 1

## PENGENALAN

### 1.1 LATAR BELAKANG SYARIKAT

Semenjak sedekad yang lalu sehinggalah sekarang, Telekom Malaysia adalah merupakan sebuah syarikat telekomunikasi terunggul di negara ini. Syarikat ini juga bertanggungjawab dalam menyediakan kemudahan awam seperti perkhidmatan telefon awam, perkhidmatan pertanyaan panduan dan sebagainya serta menyediakan sistem komunikasi di kawasan luar Bandar selaras dengan matlamat syarikat untuk dikenali sebagai sebuah syarikat telekomunikasi bertaraf global yang memberikan tumpuan kepada kepuasan kepada pelanggan secara menyeluruh dalam semua aspek keperluan pengguna dan perniagaan. Bagi mencapai matlamat ini, Telekom Malaysia sangat komited untuk menyediakan pelbagai kemudahan komunikasi yang canggih, produk dan perkhidmatan yang berkualiti serta sokongan yang diperlukan oleh negara yang sedang membangun.

Nilai-nilai etika Telekom Malaysia yang menjadi landasan secara langsung turut menjadi panduan dalam mencapai wawasan dan misi korporat. Nilai-nilai inilah yang menjadikan panduan dalam membentuk sebuah syarikat telekomunikasi bertaraf global. Antara nilai-nilai etika termasuklah komitmen

yang menyeluruh terhadap pelanggan, integriti tanpa kompromi, dan prihatin, hormat dan bertanggungjawab

### **1.1.2 LOKASI**

Syarikat Telekom Malaysia Kelantan terletak di Kota Bharu Kelantan. Dalam syarikat ini terdapat beberapa unit telah ditubuhkan antaranya Pentadbiran (ADMIN), direct sales, customer retention dan Personalize.

### **1.1.3 UNIT PENTADBIRAN TM BERHAD**

TM Berhad Kelantan terdiri daripada beberapa unit yang penting dan setiap unit disokong dengan sub-sub unitnya yang tersendiri. Antara unit-unit yang penting di TM Kelantan ialah:

- A & P - Advertising & Promotion
- CNO – Customer Network Operation
- CMU – Credit Management Unit
- MBS – Major Business Sales
- HRM – Human Resources Management
- CGG – Corporate, Government & Global

- C & B – Consumer & Business Sales
- CAN – Customer Acces Network
- TOMA – Transmission Operation & Mtce Area
- SOMA – Switching Operations & Mtce Area
- PR – Public Relation

## **1.2 SEJARAH TELEKOMUNIKASI**

Objektif utama suatu sistem perhubungan ialah untuk menghantar isyarat maklumat dari satu tempat ke tempat yang lain. Umumnya perkataan telekomunikasi berasal dari bahasa Greek di mana 'tele' bermaksud jarak jauh, manakala 'komunikasi' pula bermaksud perhubungan. Dari segi istilah telekomunikasi perhubungan secara elektrik dalam jarak yang jauh dan berkaitan dengan penghantaran, penerimaan, dan pemprosesan maklumat secara elektronik. Pemindahan dan penghantaran maklumat selalunya didapati dengan memodulatkan isyarat maklumat kepada satu pembawa (gelombang sinus) dan menukar pembawa kepada medan elektromagnet.

Medan elektromagnet ini dirembat ke penerima di mana ianya diterima dan isyarat maklumat asal dikesan semula. Proses pengesanan semula isyarat ini

dinamakan penyahmodulatan. Sistem perhubungan merupakan asas keperluan manusia sejak dahulu lagi dan sehingga kini telah dikemas kini selaras dengan teknologi moden. Bentuk-bentuk perhubungan yang digunakan pada masa dahulu termasuklah asap, gendang, burung merpati, bendera dan lain-lain. Manakala bentuk-bentuk perhubungan pada masa kini adalah seperti telefoni, telegarf, televisyen, radio, faksimili, alat radar dan lain-lain.

### **1.2.1 MISI TELEKOM MALAYSIA**

Untuk mencapai visi ini kita berazam melaksanakan perkara-perkara berikut:

- Menjadi peneraju yang diiktiraf dalam semua pasaran yang kita ceburi.
- Menjadi sebuah organisasi yang memberi tumpuan kepada pelanggan dan yang menyediakan penyelesaian setempat yang menyeluruh.
- Membina hubungan yang berkekalan dengan pelanggan dan rakan niaga kita berdasarkan kepercayaan.
- Menjana nilai pemegang saham dengan merebut peluang-peluang perniagaan di Asia Pasifik dan lain-lain pasaran serantau terpilih.
- Menjadi majikan pilihan yang memberi inspirasi ke arah kecemerlangan prestasi.