



**BADAN INFORMASI  
GEOSPASIAL**



**IPB University**  
— Bogor Indonesia —

# LAPORAN AKHIR SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT

**BADAN INFORMASI GEOSPASIAL (BIG)  
TAHUN 2021**



**Kerjasama**

**Badan Informasi Geospasial**  
Jl. Raya Jakarta - Bogor KM. 46  
Cibinong 16911, Indonesia

**Departemen Statistika**  
FMIPA - IPB University

## DAFTAR ISI

<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	6
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	6
<b>1.2 Tujuan Pelaksanaan Kegiatan</b> .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Publik</b> .....	8
<b>2.2 Kualitas Pelayanan Publik</b> .....	9
<b>2.3 Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik</b> .....	10
<b>2.4 Indeks Kepuasan Masyarakat</b> .....	12
<b>2.5 Importance Performance Analysis (IPA)- Consumer Satisfaction Index (CSI)</b> .....	14
<b>III. DATA DAN METODOLOGI</b> .....	17
<b>3.1 Data</b> .....	17
<b>3.2 Metodologi</b> .....	17
<b>3.2.1 Metodologi Pengumpulan Data</b> .....	17
<b>3.2.2 Metodologi Analisis Data</b> .....	17
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	20
<b>4.1 Deskripsi Responden</b> .....	20
<b>4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden</b> .....	22
<b>4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)</b> .....	25
<b>4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG</b> .....	26
<b>4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG</b> .....	34
<b>4.3.3 Nilai IKM Perpusat di Badan Informasi Geospasial</b> .....	48
<b>4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG)</b> .....	71
<b>4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, dan 2020</b> .....	73
<b>V. IMPLIKASI MANAJERIAL</b> .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram kartesius metode IPA.....	15
Gambar 2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin .....	20
Gambar 3 (a) Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna (b) sebaran responden berdasarkan asal instansinya .....	21
Gambar 4 Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	21
Gambar 5 Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	22
Gambar 6 Sebaran responden berdasarkan tingkat kepuasannya.....	22
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	23
Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna .....	23
Gambar 9 Profil responden berdasarkan asal instansinya .....	24
Gambar 10 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	25
Gambar 11 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	25
Gambar 12 Persentase responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG.....	27
Gambar 13 Profil responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG.....	27
Gambar 14 Nilai IKM berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG.....	28
Gambar 15 Diagram IPA layanan yang diperoleh dengan cara datang langsung.....	30
Gambar 16 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui email.....	32
Gambar 17 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui telepon/ WA/ SMS.....	34
Gambar 18 Persentase responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG.....	35
Gambar 19 Profil responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG .....	35
Gambar 20 Nilai IKM berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG .....	36
Gambar 21 Diagram IPA responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG.....	38
Gambar 22 Diagram IPA responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG .....	40
Gambar 23 Diagram IPA responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG .....	42
Gambar 24 Diagram IPA responden empat kali mendapatkan layanan dari BIG.....	43
Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG .....	45
Gambar 26 Diagram IPA responden lebih dari lima kali mendapatkan layanan dari BIG .....	47
Gambar 27 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan pusat di BIG .....	49
Gambar 28 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan pusat di BIG.....	49
Gambar 29 Sebaran nilai IKM berdasarkan pusat di BIG.....	50
Gambar 30 Diagram IPA Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG).....	51
Gambar 31 Diagram IPA Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT).....	53
Gambar 32 Diagram IPA Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP) .....	55
Gambar 33 Diagram IPA Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW).....	57
Gambar 34 Diagram IPA Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT).....	60
Gambar 35 Diagram IPA Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA) .....	62
Gambar 36 Diagram IPA Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG) .....	63
Gambar 37 Diagram IPA Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG).....	66
Gambar 38 Diagram IPA produk dan layanan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG) .....	67
Gambar 39 Diagram IPA produk dan layanan Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial .....	69
Gambar 40 Diagram IPA produk dan layanan Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS).....	70
Gambar 41 Diagram IPA produk dan layanan BIG.....	72

Gambar 42 Perkembangan IKM BIG 2018-2021 .....	74
--	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat.....	14
Tabel 2 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Datang Langsung.....	29
Tabel 3 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Email.....	31
Tabel 4 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Email.....	33
Tabel 5 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG .....	37
Tabel 6 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG.....	39
Tabel 7 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG.....	41
Tabel 8 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden empat kali mendapatkan layanan dari BIG.....	43
Tabel 9 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG.....	45
Tabel 10 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden lebih dari lima kali mendapatkan layanan dari BIG.....	47
Tabel 11 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG).....	51
Tabel 12 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT) .....	53
Tabel 13 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP).....	55
Tabel 14 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW) .....	57
Tabel 15 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT).....	59
Tabel 16 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA).....	61
Tabel 17 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG).....	63
Tabel 18 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG) .....	65
Tabel 19 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG).....	68
Tabel 20 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial (Balai Diklat).....	69
Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS) .....	71

Tabel 22 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut produk dan layanan BIG.....	73
Tabel 23 Perbandingan jumlah responden pengguna produk/layanan dan nilai IKM tahun 2018 s.d 2021 .....	75

### **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) 2021 .....	83
Lampiran 2 Tabel Jumlah produk dan Responden per layanan pada masing-masing pusat di BIG .....	84

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan Peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara Pelayanan Publik. Adanya undang-undang ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan adanya layanan publik yang berkualitas sudah menjadi perhatian penting pemerintah. Salah satu upaya yang dilakukan untuk perbaikan layanan adalah dengan melakukan pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). Survei dilakukan secara berkala minimal 1 (satu) kali setahun terhadap layanan publik adalah suatu kewajiban sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 tahun 2017.

Survei Kepuasan Masyarakat adalah pengukuran secara komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik. Survei kepuasan masyarakat saat ini menjadi cara yang banyak dipakai institusi pemerintah dalam menjangkau berbagai masukan. Masyarakat menjadi subjek penilai utama dari survey kepuasan masyarakat yang dilakukan oleh institusi pemerintahan. Hal tersebut jelas dikarenakan masyarakat merupakan pengguna terhadap pelayanan suatu jasa publik, kondisi dan perubahan sikap masyarakat setelah menerima jasa publik, pemeringkatan tentang karakteristik kualitas jasa tertentu, alasan untuk ketidakpuasan atau tidak dipakainya jasa, dan saran-saran untuk perbaikan kualitas layanan publik. Dengan adanya survei ini, dapat diketahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik selanjutnya.

### **1.2 Tujuan Pelaksanaan Kegiatan**

Maksud pelaksanaan kegiatan ini adalah menyusun dokumen Kajian Analisis Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG untuk mendukung sasaran strategis BIG dalam meningkatkan kepuasan pengguna produk dan layanan IG. Tujuan kegiatan ini adalah:

- a. Menghitung indeks Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG,

- b. Menghitung indeks Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan yang dihasilkan oleh pusat-pusat di bawah BIG,
- c. Membuat kajian analisis kepuasan pengguna produk dan layanan BIG,
- d. Membandingkan nilai indeks kepuasan masyarakat di BIG tahun 2018, 2019, 2020, dan 2021
- e. Menyajikan implikasi manajerial dari hasil analisis pengguna produk dan layanan BIG.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Publik

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau performa yang ditawarkan oleh satu kelompok kepada kelompok lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting. Kualitas layanan akan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengguna layanan serta citra perusahaan pemberi layanan. Konstruksi kualitas layanan dalam literatur pemasaran jasa memfokuskan pada kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yang merupakan suatu bentuk sikap yang berasal dari suatu perbandingan ekspektasi dengan persepsi dari suatu performa (Kang, 2006). Sejumlah ahli telah melakukan kajian mendalam yang saling menguatkan dalam konsep pengukuran kualitas pelayanan. Pada dasarnya ukuran kualitas pelayanan ditentukan oleh banyak faktor yang bersifat *intangibile* (tidak nyata/ tidak berwujud) dan memiliki banyak aspek psikologis yang rumit untuk diukur. Zeithaml et al. (1990) kemudian mengembangkan *service quality* kedalam suatu instrumen skala pengukuran 10 dimensi yakni Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Courtesy, Credibility, Security, Access, Communication dan Understanding the customer. Seiring dengan penyesuaian terhadap perkembangan keilmuan yang ada, maka Parasuraman et al. (1990) menyederhanakannya menjadi lima dimensi SERVQUAL yang terdiri dari:

1. Reliability (Kehandalan), kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan.
2. Responsiveness (Cepat tanggap), kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat dan tanggap sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
3. Assurance (Jaminan), kemampuan perusahaan untuk memberikan jaminan dimana karyawan melayani dengan rasa percaya diri.
4. Emphaty (Empati), kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen.
5. Tangible (Berwujud), kualitas layanan meliputi penampilan fisik, peralatan, personil, serta alat-alat penunjang.



## 2.2 Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari empat aspek, yaitu sistem pelayanan organisasi penyedia layanan, sumberdaya manusia pemberi pelayanan, strategi pelayanan, serta pelanggan atau pengguna layanan/ Seluruh aspek tersebut saling terkait serta berinteraksi satu dengan yang lainnya dan direkatkan oleh budaya organisasi yang berfokus pada kebutuhan pelanggan.

Sebagai upaya menyeluruh menuju tata pemerintahan yang baik (*Good Governance*), kualitas pelayanan publik menjadi hal krusial yang perlu diperhatikan pemerintah. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat sebagai pelanggan pelayanan publik, maka pemerintah diharuskan berorientasi pada pelanggan (*Customer Driven Government*). Fakta ini menunjukkan bahwa telah terjadi *shifthing* atau pergeseran paradigma dalam pelayanan birokrasi yang semula berorientasi pada birokrat berubah lebih berorientasi pada kepentingan masyarakat sebagai pengguna layanan publik.

Berdasarkan Undang Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yaitu: Pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan dalam rangka pengaturan, pembinaan, bimbingan, penyediaan fasilitas, jasa dan lainnya yang dilaksanakan oleh aparatur pemerintah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan kepada masyarakat sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Sejatinya, pelayanan publik tidak terlepas dari berbagai kepentingan umum yang dibutuhkan masyarakat guna menunjang kesejahteraan dan kebutuhannya. Pemerintah dalam keputusan MENPAN No. 63/ KEP/ M. PAN/ 7/ 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik mengelompokkan tiga jenis pelayanan publik yang terdiri dari:

### 1. Pelayanan Administratif

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan kegiatan tata usaha lainnya yang secara keseluruhan menghasilkan produk akhir berupa dokumen. Contoh jenis pelayanan ini misalnya: sertifikat, izin-izin, rekomendasi, keterangan tertulis, dan lain-lainnya.

### 2. Pelayanan Barang

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan penyediaan dan atau pengolahan bahan berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampaiannya kepada konsumen langsung (sebagai unit atau sebagai individual) dalam satu sistem. Secara

keseluruhan kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda (berwujud fisik) atau yang dianggap benda yang memberikan nilai tambah secara langsung bagi penerimanya. Contoh jenis pelayanan ini adalah: pelayanan listrik, pelayanan air bersih, dan pelayanan telpon.

### 3. Pelayanan Jasa

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa penyediaan sarana dan prasarana serta penunjangnya. Pengoperasiannya berdasarkan satu sistem pengoperasian tertentu dan pasti, produk akhirnya berupa jasa yang mendatangkan manfaat bagi penerimanya secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu. Contoh jenis pelayanan ini adalah: pelayanan angkutan darat, laut, dan udara, pelayanan kesehatan, pelayanan perbankan, pelayanan pos, dan pelayanan pemadaman kebakaran.

Konsep kualitas menjadi ukuran keberhasilan suatu organisasi bukan saja pada organisasi bisnis, tetapi juga pada organisasi atau institusi pemerintah sebagai lembaga penyedia pelayanan publik (Warella 1997). Pelayanan prima (*service excellence*) dalam layanan publik seharusnya sudah menjadi budaya yang melekat pada institusi pemerintahan. Soetopo (1999) menjelaskan beberapa variabel yang menentukan pelayanan prima sektor publik meliputi: (a) Pemerintahan yang bertugas melayani; (b) Masyarakat yang dilayani pemerintah; (c) Kebijakan yang dijadikan landasan pelayanan publik; (d) Peralatan atau sarana pelayanan yang canggih; (e) Sumber daya yang tersedia; (f) Kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar; (g) Manajemen dan kepemimpinan; (h) Perilaku yang terlibat dalam pelayanan masyarakat. Negara dan sistem pemerintahan menjadi tumpuan pelayanan warga negara dalam memperoleh jaminan atas hak-haknya, oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan (*quality of services*) menjadi poin penting (Zauhar 2001) yang dilakukan secara kontinu.

### 2.3 Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik

Konsep kepuasan merupakan bagian tak terpisahkan dalam perkembangan ilmu pemasaran. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dengan membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Jika penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila penampilan produk

sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (1997), terdapat empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, diantaranya yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (customer oriented) akan memberikan kesempatan yang sebesar-besarnya bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat, saran dan keluhan konsumen. Media yang bisa digunakan antara lain adalah kotak saran, guest comment.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Penelitian mengenai kepuasan konsumen banyak dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Keuntungan dari menggunakan metode survei adalah perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memperhatikan konsumennya.

c. Ghost Shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing.

d. Analisa Konsumen yang Hilang

Metode ini dilaksanakan dengan cara perusahaan menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan perusahaan menanyakan penyebab konsumen berhenti membeli atau beralih pemasok.

Customer Satisfaction Index (CSI) juga menjadi metode taktis yang efektif dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas pelayanan jasa yang diukur. Pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran terhadap peningkatan pelayanan kepada pelanggan.

Kepuasan masyarakat terhadap layanan publik menjadi tolak ukur keberhasilan pelayanan publik pemerintahan. Kepuasan masyarakat terhadap layanan organisasi publik sangat penting karena berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Pasolong (2010),

menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*) terhadap citra institusi tersebut. Menurut KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan dalam hal ini masyarakat memperoleh pelayanan publik sesuai dengan yang mereka harapkan. Sehingga pengukuran indeks kepuasan masyarakat secara berkala sangatlah diperlukan untuk mencapai *Good Governance* di suatu instansi pemerintahan.

#### **2.4 Indeks Kepuasan Masyarakat**

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) menurut KEPMENPAN NO KEP/25/M.PAN/2/2004 adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya. Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) bertujuan untuk mengetahui perkembangan kinerja unit pelayanan di lingkungan instansi pemerintah yang dilaksanakan oleh instansi yang bersangkutan secara periodik. Di samping itu, hasil pengukuran IKM juga dapat digunakan sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik selanjutnya. Pengukuran IKM juga dipandang sebagai upaya *continues improvement* dari suatu instansi pemerintahan sehingga *Good Governance* dapat tercapai. Mengacu pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 14 Tahun 2017 tentang Pedoman penyusunan kepuasan masyarakat unit penyelenggara pelayanan publik, ruang lingkup dalam mengukur Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap penyelenggaraan pelayanan publik adalah sebagai berikut:

1. Persyaratan

Persyaratan adalah syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif.

2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur

Prosedur adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termasuk pengaduan.

3. Waktu Penyelesaian

Waktu Penyelesaian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.

4. Biaya/Tarif

Biaya/Tarif adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan/atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.

5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan

Produk spesifikasi jenis pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Produk pelayanan ini merupakan hasil dari setiap spesifikasi jenis pelayanan.

6. Kompetensi Pelaksana

Kompetensi Pelaksana adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan pengalaman.

7. Perilaku Pelaksana

Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas dalam memberikan pelayanan.

8. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan

Penanganan pengaduan, saran dan masukan, adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut.

9. Sarana dan prasarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Sarana digunakan untuk benda yang bergerak (komputer, mesin) dan prasarana untuk benda yang tidak bergerak (gedung).

Hasil akhir kegiatan penyusunan indeks kepuasan masyarakat dari setiap unit pelayanan instansi pemerintah, disusun dengan materi utama indeks setiap unsur pelayanan. Berdasarkan hasil penghitungan indeks kepuasan masyarakat, jumlah nilai dari setiap unit pelayanan diperoleh dari jumlah nilai rata-rata setiap unsur pelayanan. Sedangkan nilai indeks komposit (gabungan) untuk setiap unit pelayanan, merupakan jumlah nilai rata-rata dari setiap unsur pelayanan dikalikan dengan penimbang yang sama, yaitu 0,111 untuk 9 unsur. Pengukuran

indeks kepuasan masyarakat berdasarkan Permenpan RI Nomor 14 Tahun 2017 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat

Nilai persepsi	Nilai Interval IKM	Nilai Interval Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	1,0000 – 2,5996	25,00 – 64,99	D	Tidak baik
2	2,6000 – 3,0640	65,00 – 76,60	C	Kurang baik
3	3,0644 – 3,5320	76,61 – 88,3	B	Baik
4	3,5324 – 4,0000	88,31 – 100,00	A	Sangat baik

Sumber: PERMENPAN No 14 Tahun 2017

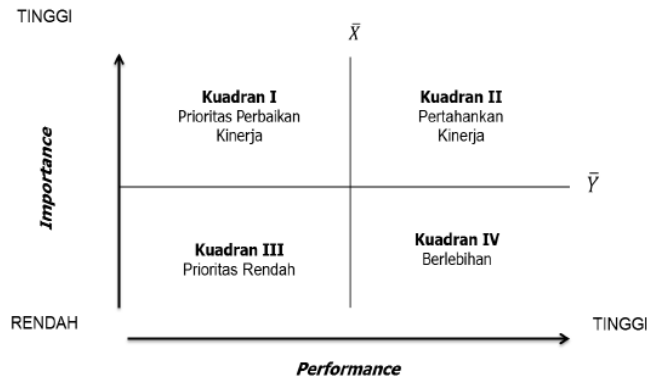
Keterangan: 25 adalah nilai dasar; nilai persepsi 1 = tidak sesuai, 2 = kurang sesuai, 3 = sesuai, 4 = sangat sesuai.

## 2.5 Importance Performance Analysis (IPA)- Consumer Satisfaction Index (CSI)

### 2.5.1 Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu analisis yang digunakan untuk perencanaan strategis peningkatan layanan yang dilakukan. Metode IPA mengukur hubungan antara apa yang diharapkan oleh pengguna dengan apa yang dirasakan oleh pengguna saat ini terhadap produk/jasa. Metode IPA diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James (1977). Nama lain dari metode IPA adalah *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). Metode ini banyak dipakai karena kemudahannya dalam implementasi dan analisis.

IPA ditampilkan melalui diagram *kartesianus* yang merupakan plot titik antara nilai rata-rata tingkat kepentingan sebagai sumbu Y dan rata-rata tingkat kepuasan untuk semua responden untuk masing-masing atribut sebagai sumbu X. Diagram kartesianus terbagi menjadi keempat kuadran dengan pembatasnya adalah rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan dari semua atribut ( $\bar{Y}$ ) dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepuasan dari semua atribut ( $\bar{X}$ ). Diagram kartesianus metode IPA dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram kartesius metode IPA

Interpretasi metode IPA yaitu :

- a. Kuadran pertama, merupakan atribut-atribut pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan.
- b. Kuadran kedua, merupakan atribut-atribut pelayanan yang sudah bagus karena atribut tersebut penting dan tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi.
- c. Kuadran ketiga, merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ketiga ini.
- d. Kuadran keempat merupakan atribut-atribut yang *kinerja*-nya sudah cukup bagus namun tingkat kepentingan yang dirasakan oleh pengguna relatif kecil.

### 2.5.2 *Consumer Satisfaction Index (CSI)*

Menurut Rangkuti (2002), analisis CSI merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diamati. Secara umum kepuasan atau ketidakpuasan pengguna merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan pengguna dengan kinerja yang dirasakan oleh pengguna tersebut (Rangkuti 2002). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka fasilitas yang diharapkan dapat dikatakan memuaskan sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka fasilitas dapat dikatakan tidak memuaskan. Menurut Stafford (2004) dalam Sinaga (2016), metode pengukuran CSI ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Menghitung *Importance Weighting Faktor (WF)*, yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh WF sebesar 100%.
- b. Menghitung *Weighted Score (WS)*, yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan *Importance Weighting Faktor* masing-masing atribut.
- c. Menghitung *Weighted Total (WT)*, yaitu dengan menjumlahkan *Weighted Score* dari semua atribut kualitas jasa.
- d. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu *Weighted Total* dibagi dengan skala maksimal yang digunakan (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5) kemudian dikali 100%.



### III. DATA DAN METODOLOGI

#### 3.1 Data

Pengambilan data dilakukan tanggal 4 Januari sampai dengan 19 November 2021. Total seluruh responden yang diperoleh 911. Dari 911 responden tersebut terdapat responden yang belum pernah menggunakan layanan BIG sebanyak (responden *awareness*) 373 dan responden *double entry* sebanyak 25. Yang dimaksud dengan *double entry* adalah responden mengisi dua kali untuk jenis layanan yang sama dan pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu jumlah kuesioner valid yang diperoleh adalah sebanyak 513 kuesioner.

#### 3.2 Metodologi

##### 3.2.1 Metodologi Pengumpulan Data

Kegiatan ini dilakukan dengan sensus mengingat bahwa layanan yang diberikan melalui satu pintu. Kuesioner diberikan kepada pelanggan yang menerima produk/layanan dari BIG pada tahun berjalan. Untuk mengantisipasi adanya non response dari pelanggan, maka pelanggan diwajibkan mengisi kuesioner online terlebih dahulu sebelum mendapatkan produk/layanan dari BIG. Unit sampel pada kegiatan ini adalah individu pengguna produk dan layanan BIG di tahun berjalan. Kuesioner disusun secara online dan disajikan pada Lampiran 1.

##### 3.2.2 Metodologi Analisis Data

###### 3.2.2.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden yang terjaring dan bagaimana tingkat kepuasannya. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan Badan Informasi Geospasial (BIG).

###### 3.2.2.2 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Nilai IKM dihitung menggunakan formula CSI. Skala yang digunakan dalam perhitungan ini adalah satu sampai dengan empat, sedangkan skala yang digunakan pada kuesioner ini adalah satu sampai dengan lima. Pada paparan yang disampaikan oleh Kepala Sub Bidang Pemantauan dan Evaluasi Kebijakan Pelayanan Publik Wilayah III-2 Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, pada tanggal 18 Maret 2019 di Bogor, nilai IKM juga

memiliki interval dari satu sampai dengan empat yang selanjutnya nilai-nilai tersebut dibuat nilai interval untuk memperoleh mutu pelayanan dan kinerja unit pelayanan, sesuai yang tertera pada Tabel 1. Nilai IKM yang telah diperoleh selanjutnya juga akan dibandingkan dengan nilai IKM yang diperoleh pada tahun 2018, 2019, dan 2020. Nilai IKM yang diperoleh pada skala satu sampai dengan lima akan dikonversi menjadi nilai yang berskala satu sampai dengan empat. Formula yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$IKM_{skala\ 4} = \frac{IKM_{skala\ 5}}{5} \times 4.$$

Perhitungan nilai Indeks Kepuasan Masyarakat pada kegiatan ini meliputi:

**a. Indeks Kepuasan Masyarakat Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG**

Cara perolehan produk/layanan BIG yang diukur pada kegiatan ini terdiri atas tiga cara yaitu:

1. Datang langsung,
2. Email,
3. Telepon/ WA/ SMS.

Perhitungan nilai IKM dilakukan pada masing-masing cara dengan menggunakan formula CSI. Selanjutnya diagram IPA untuk masing-masing cara perolehan layanan akan disajikan untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu diprioritaskan dalam melaksanakan perbaikan.

**b. Indeks kepuasan Masyarakat Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan di BIG**

Frekuensi perolehan produk/layanan BIG yang diukur pada kegiatan ini terdiri atas tiga cara yaitu:

1. Pertama kali,
2. Dua kali,
3. Tiga kali,
4. Empat kali,
5. Lima kali,
6. Lebih dari lima kali.

Perhitungan nilai IKM dilakukan pada masing-masing frekuensi perolehan layanan dengan menggunakan formula CSI. Selanjutnya diagram IPA untuk

masing-masing frekuensi perolehan layanan akan disajikan untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu diprioritaskan dalam melaksanakan perbaikan.

**c. Indeks Kepuasan Masyarakat Perpusat di BIG**

Nilai IKM yang diperoleh oleh BIG banyak bergantung pada pusat-pusat yang berhubungan langsung dengan masyarakat pengguna produk dan layanan Informasi Geospasial (IG). Oleh karena itu perhitungan IKM tidak hanya dilakukan untuk BIG saja, akan tetapi juga dilakukan juga terhadap pusat-pusat yang ada di BIG. Pusat-pusat yang diukur nilai IKMnya adalah pusat-pusat yang berhubungan langsung dengan masyarakat pengguna produk dan layanan IG. Pusat-pusat tersebut adalah:

1. Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG),
2. Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT),
3. Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP),
4. Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW),
5. Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT),
6. Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA),
7. Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG),
8. Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG),
9. Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS).

Selain itu dilakukan juga pengukuran nilai IKM pada unit Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG) dan Balai Pendidikan dan Pelatihan. Data yang keduanya berada dibawah unit Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPKS). Nilai IKM perpusat di BIG dihitung menggunakan formula CSI hanya yang menggunakan produk/layanan pada pusat tersebut.

**d. Indeks Kepuasan Masyarakat bagi BIG**

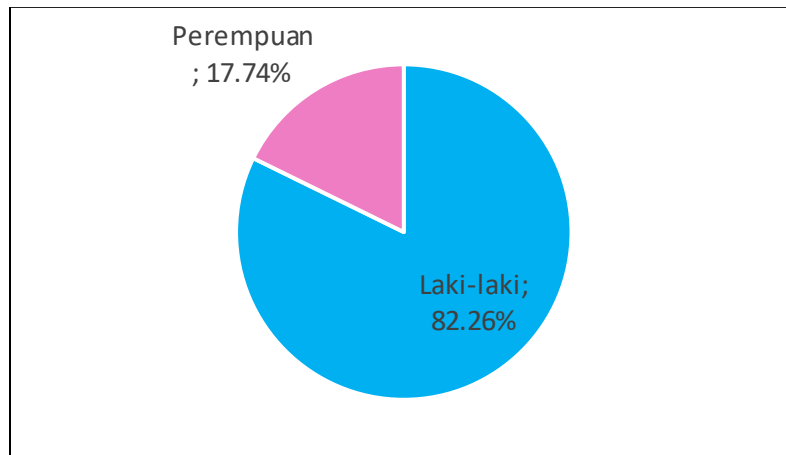
Perhitungan nilai indeks kepuasan bagi BIG yang dimaksud mencakup nilai indeks kepuasan pengguna produk dan layanan BIG. Nilai ini diperoleh dengan menggunakan formula *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hal ini dikarenakan baik produk maupun layanan memiliki atribut-atribut dalam pengukurannya.

**e. Perbandingan Indeks Kepuasan Masyarakat BIG dengan tahun-tahun sebelumnya.**

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

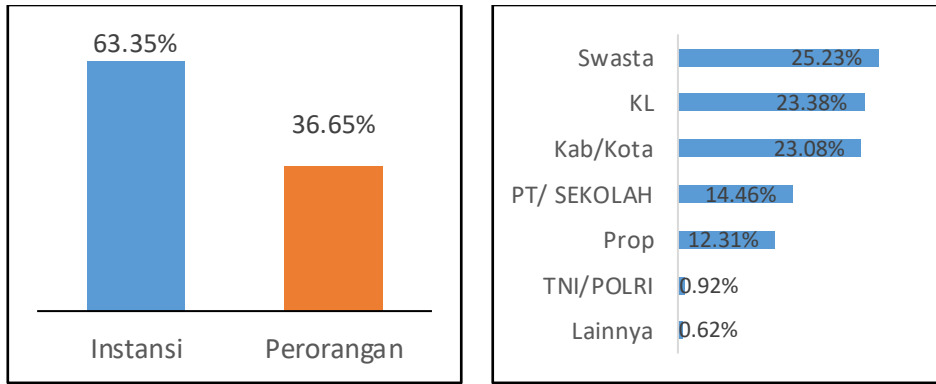
### 4.1 Deskripsi Responden

Total responden yang dianalisis adalah sebanyak 513 responden. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Gambar 2. Pada survei ini responden didominasi oleh responden laki-laki. Responden terdiri dari 82,26% responden laki-laki dan 17,74% responden perempuan.



Gambar 2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna disajikan pada Gambar 3a. Terdapat 63,35% responden merupakan perwakilan dari instansi dan 36,65% merupakan responden perorangan. Gambar 3b menyajikan informasi asal instansi dari kelompok pengguna perwakilan instansi. Responden yang merupakan perwakilan instansi didominasi oleh responden yang berasal dari swasta, Kementerian dan Lembaga (K/L), serta pemerintah kabupaten/kota dengan proporsi responden secara berurutan masing-masing 25,23%; 23,38%; dan 23,08%. Sebanyak 14,46% responden berasal dari perguruan tinggi dan sekolah, 12,31% berasal dari pemerintah provinsi, 0,92% responden berasal dari TNI/POLRI, serta 0,62% dari kategori lainnya.

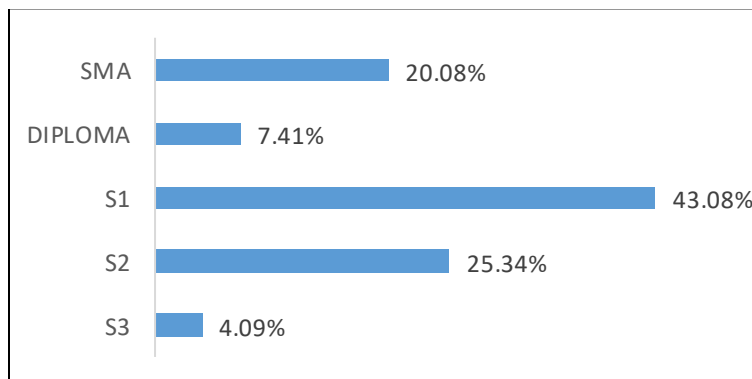


(a)

(b)

Gambar 3 (a) Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna (b) sebaran responden berdasarkan asal instansinya

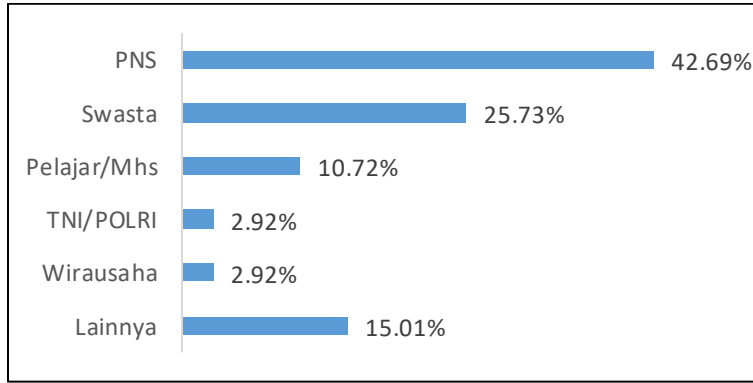
Informasi mengenai sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhirnya disajikan pada Gambar 4. Informasi yang diperoleh dari Gambar 4 adalah mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir sarjana, yaitu sebanyak 43,08%. Sebanyak 25,34% responden bergelar master dan 4,09% responden bergelar doktor. Selain itu terdapat 7,41% responden berpendidikan terakhir diploma dan 20,08% responden memiliki pendidikan terakhir sekolah menengah atas (SMA). Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berpendidikan tinggi.



Gambar 4 Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir

Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaannya didominasi oleh responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), yaitu sebanyak 39,87%, sedangkan responden yang paling sedikit berasal dari TNI/POLRI dan wirausaha yaitu sebanyak 2,92%. Selain itu sebanyak 25,73% responden berasal dari sector swasta, 10,72% responden merupakan pelajar/mahasiswa, dan sebanyak 15,01% responden bekerja pada sektor lainnya. Informasi

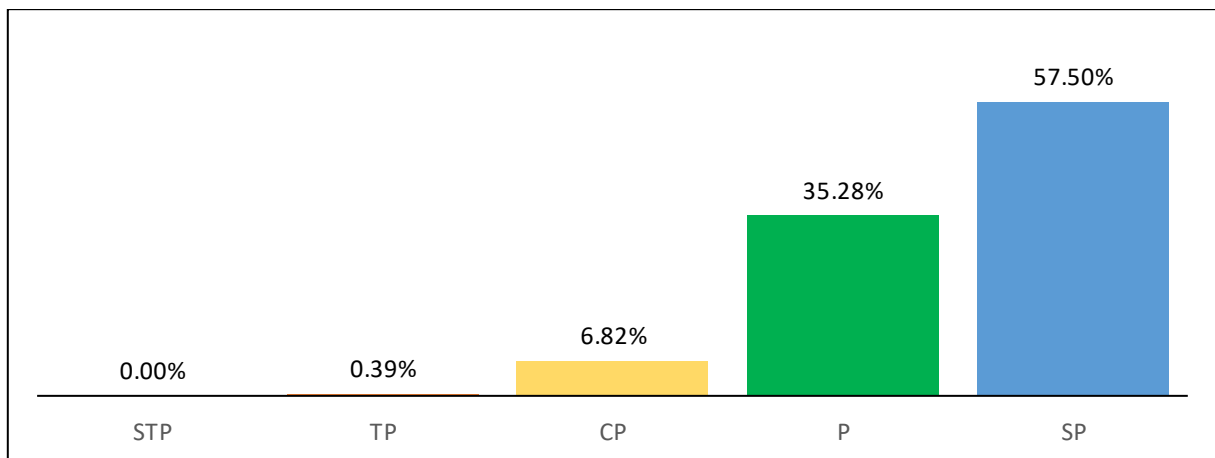
mengenai sebaran responden berdasarkan pekerjaannya secara lebih terperinci disajikan pada Gambar 5. Secara umum, profil pengguna BIG adalah perwakilan instansi dan orang yang ditunjuk mewakili lembaga/instansi pemerintahan sebagian besar adalah berpendidikan tinggi.



Gambar 5 Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan

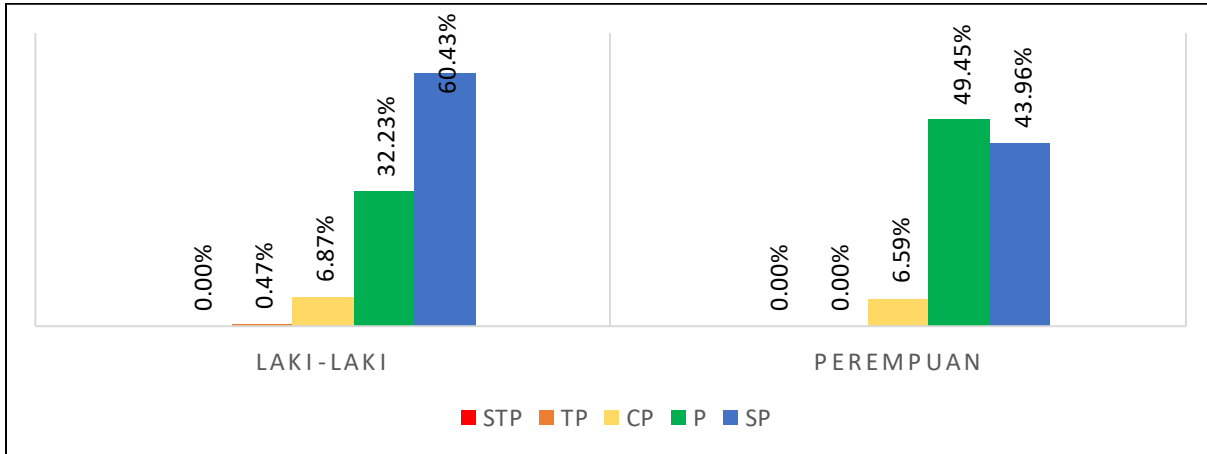
#### 4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden

Secara umum responden sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BIG. Hal ini ditunjukkan pada Gambar 6. Sebanyak 57,50% responden merasa sangat puas dan 35,28% responden merasa puas terhadap pelayanan yang diperoleh dari Badan Informasi Geospasial. Sebanyak 6,82% responden merasa cukup puas dengan pelayanan Badan Informasi Geospasial. Hanya terdapat sedikit responden yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diperoleh di BIG yaitu sebesar 0,39% dan tidak ada responden yang merasa sangat tidak puas terhadap layanan yang diperolehnya di BIG.



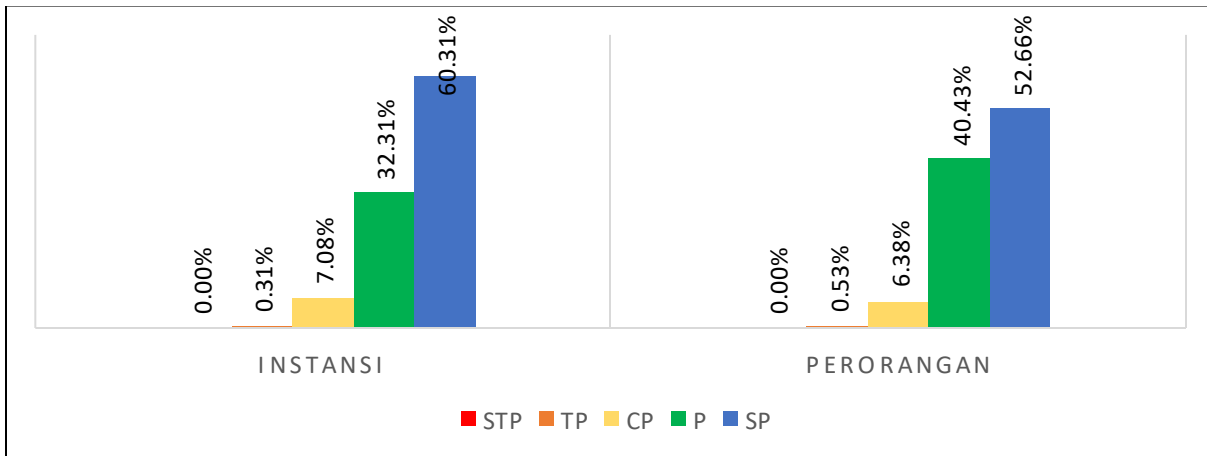
Gambar 6 Sebaran responden berdasarkan tingkat kepuasannya

Tingkat kepuasan responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Gambar 7. Pada Gambar 7 terlihat sebagian besar responden merasa puas dan sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Hanya kurang dari 1% baik pada kelompok responden laki-laki maupun perempuan yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG.



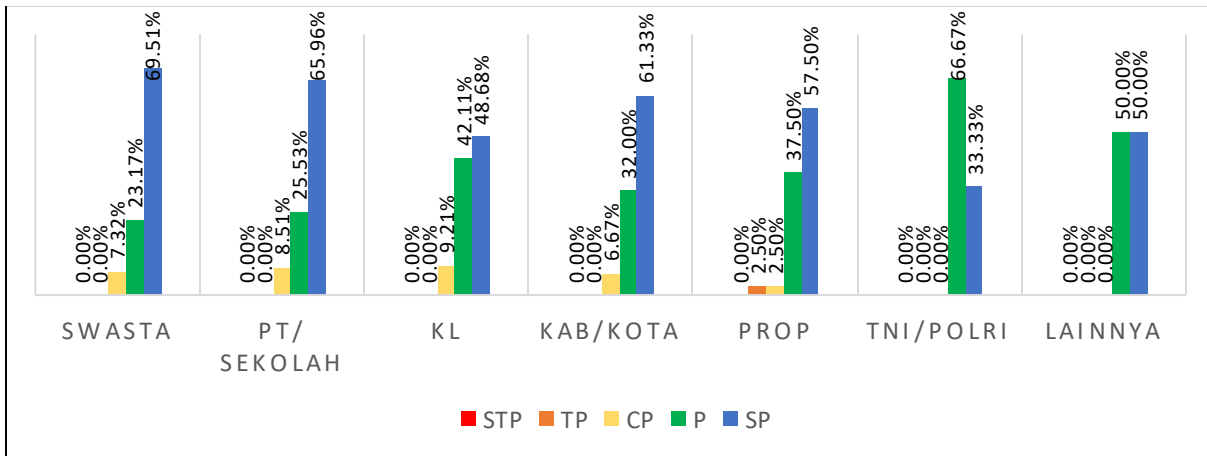
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Deskripsi tingkat kepuasan responden pada masing-masing kelompok pengguna disajikan pada Gambar 8. Gambar 8 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden sudah merasa puas bahkan sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Responden yang menyatakan tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG kurang dari 1%. Responden yang mewakili instansi memiliki persentase responden yang merasa tidak puas dengan pelayanan BIG sedikit lebih banyak dibandingkan responden perorangan.



Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna

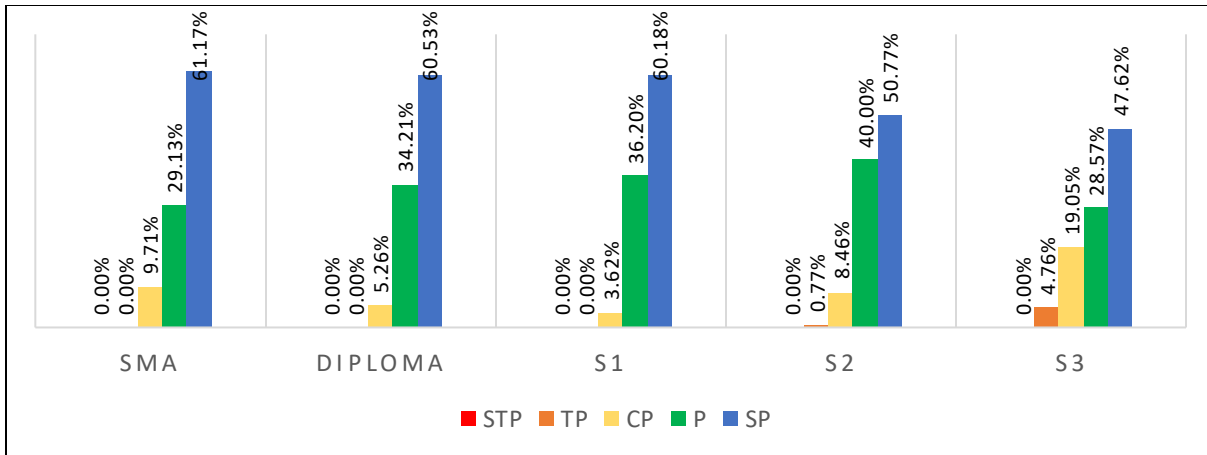
Gambar 9 menyajikan informasi mengenai deskripsi tingkat kepuasan responden berdasarkan instansi yang diwakilinya. Pada gambar tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden sudah merasa puas bahkan sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Namun demikian terdapat sedikit responden yang tidak puas terhadap layanan yang diberikan Badan Informasi Geospasial, responden yang menyatakan hal ini berasal dari pemerintah propinsi.



Gambar 9 Profil responden berdasarkan asal instansinya

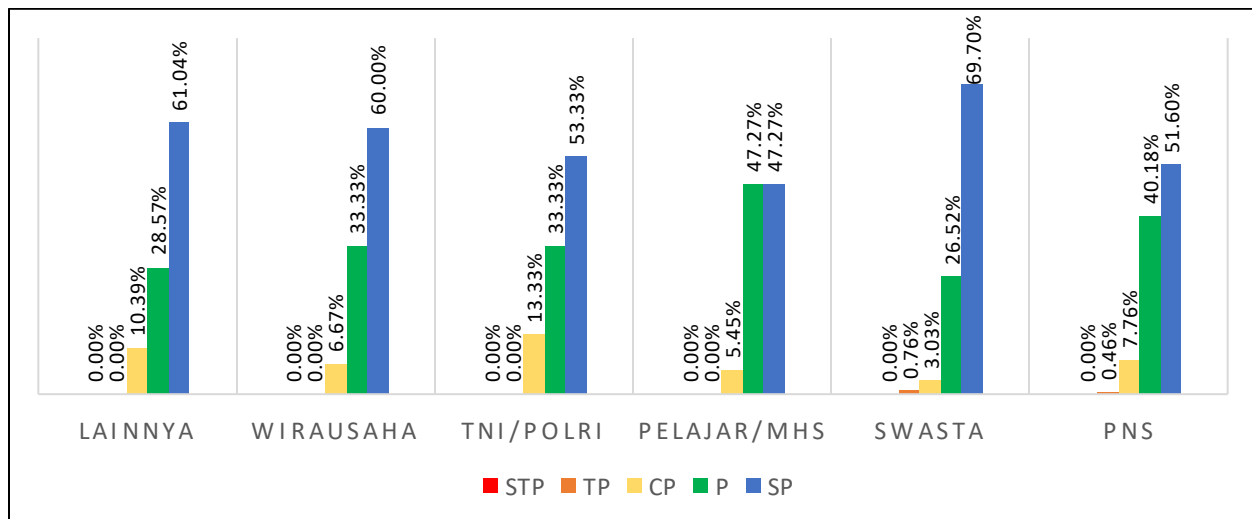
Informasi mengenai deskripsi tingkat kepuasan responden berdasarkan pendidikan terakhirnya dimuat pada Gambar 10. Secara umum berdasarkan tingkat pendidikan responden merasa puas dan sangat puas terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh Badan Informasi Geospasial. Terdapat 0,77% responden yang pendidikan terakhirnya Master merasa tidak puas dengan pelayanan yang diterima dari BIG dan 4,76% responden yang pendidikan terakhirnya Doktor menyatakan tidak puas terhadap layanan yang diterima dari Badan Informasi Geospasial. Responden dengan pendidikan terakhir Doktor hanya 4,09% dari total seluruh responden pada kegiatan ini sehingga persentasenya terlihat besar pada grafik.





Gambar 10 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir

Gambar 11 menyajikan informasi mengenai tingkat kepuasan responden berdasarkan jenis pekerjaannya. Sama halnya dengan berdasarkan kelompok pengguna dan tingkat pendidikan, mayoritas responden menyatakan puas dan sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Kurang dari 1 % responden yang menyatakan tidak puas. Kelompok responden yang tidak puas berasal dari pihak swasta, dan PNS.



Gambar 11 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan

### 4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Nilai IKM dihitung menggunakan analisis *Importance Performance Analysis (IPA)-Customer Satisfaction Index (CSI)*. Melalui analisis IPA dapat mengukur hubungan antara apa

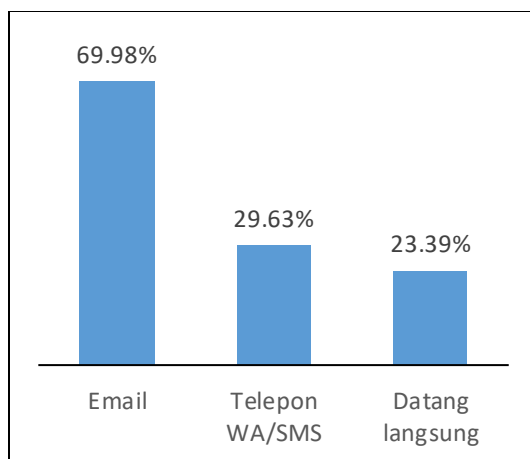
yang diharapkan oleh pengguna dengan apa yang dirasakan oleh pengguna saat ini terhadap produk/layanan. IPA ditampilkan melalui diagram kartesius. Seperti yang disampaikan di awal pada bagian latar belakang, atribut-atribut pelayanan yang diukur pada kegiatan ini adalah:

1. Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A),
2. Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B),
3. Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C),
4. Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D),
5. Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E),
6. Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F),
7. Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G),
8. Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H), dan
9. Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).

Penomoran atribut-atribut tersebut dari 1 sampai 9 ditulis sebagai huruf, yaitu A sampai dengan I selanjutnya akan digunakan sebagai simbol masing-masing atribut pada diagram IPA yang ditampilkan.

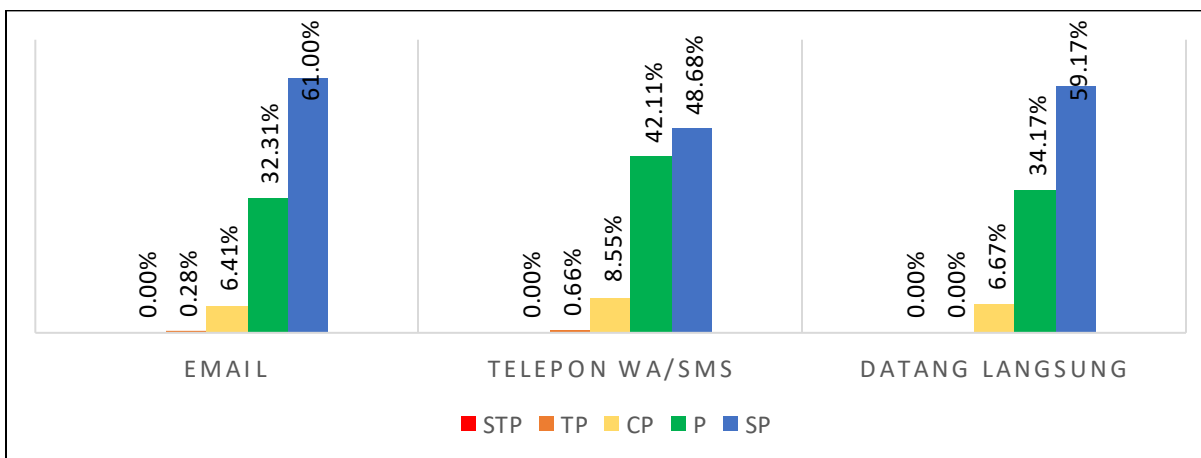
#### **4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG**

Seorang pengguna produk dan layanan BIG dapat memperoleh produk/layanan IG melalui lebih dari satu cara. Terdapat tiga cara yang diukur pada survei ini yaitu melalui datang langsung, email, dan telepon/WA/SMS. Sebaran jumlah responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan disajikan pada Gambar 12. Responden paling banyak mendapatkan produk/layanan BIG melalui email yaitu sebanyak 69,98% responden. Selain itu terdapat 29,63% responden yang mendapatkan produk/layanan BIG melalui Telepon/WA/SMS dan sebanyak 23,39% responden mendapatkan produk/layanan BIG melalui Datang langsung. Adanya pandemi covid-19 menyebabkan jumlah responden yang memperoleh layanan dengan datang langsung menjadi lebih sedikit dibandingkan dua cara lainnya yang dilakukan secara daring.



Gambar 12 Persentase responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

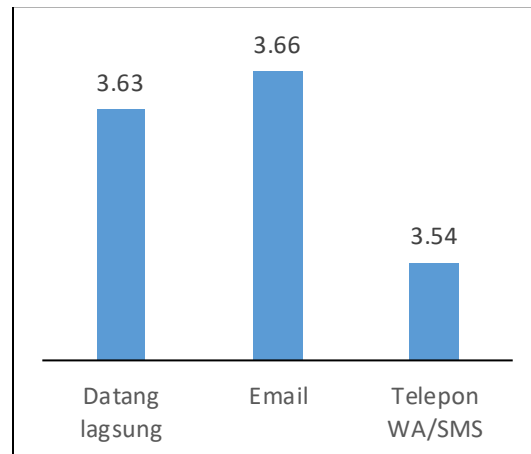
Tingkat kepuasan responden berdasarkan cara memperoleh layanan disajikan pada Gambar 13. Mayoritas responden merasa sangat puas dan puas terhadap layanan yang telah diterimanya. Hanya sebagian kecil responden yang merasa cukup puas dan sangat sedikit (kurang dari 1%) yang merasa tidak puas dengan layanan yang telah diberikan oleh BIG.



Gambar 13 Profil responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

Sebaran nilai IKM berdasarkan cara memperoleh produk/layanan tersaji pada Gambar 14. Informasi yang disajikan pada Gambar 14 menunjukkan bahwa cara perolehan produk/layanan dengan datang langsung memiliki nilai IKM sebesar 3,63. Nilai IKM pada cara perolehan layanan melalui telepon/WA/SMS memiliki nilai IKM paling rendah, yaitu sebesar 3,54. Nilai IKM yang paling tinggi dimiliki oleh layanan melalui email yaitu sebesar 3,66. Pada informasi sebelumnya

telah disampaikan bahwa mayoritas responden memperoleh produk/layanan BIG melalui email, hal ini mempertegas bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap layanan yang mereka peroleh dari BIG.



Gambar 14 Nilai IKM berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

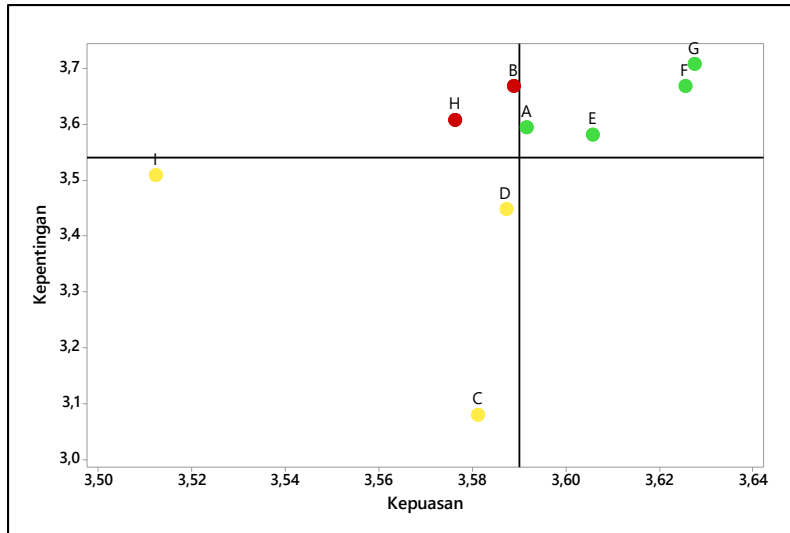
#### 4.3.1.1 Datang Langsung

Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan datang langsung adalah 3,63 dengan presentase IKM sebesar 90,87%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan datang langsung dinilai sangat baik menurut responden pengguna layanan dengan cara ini. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden pengguna layanan dengan cara datang langsung disajikan pada Tabel 2. Secara umum responden sangat puas terhadap pelayanan datang langsung yang diperoleh dari BIG, namun demikian terdapat satu atribut yang berada pada mutu pelayanan B atau kinerja layanan dinilai baik oleh responden yaitu pada atribut penanganan pengaduan pengguna layanan. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan pada cara perolehan layanan dengan datang langsung adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.

Tabel 2 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Datang Langsung

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,59	89,79%	A
B	Kemudahan prosedur	3,59	89,72%	A
C	Kecepatan waktu	3,58	89,53%	A
D	Kewajaran biaya	3,59	89,68%	A
E	Kesesuaian Produk	3,61	90,14%	A
F	Kompetensi petugas	3,63	90,63%	A
G	Perilaku Petugas	3,63	90,68%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,58	89,41%	A
I	Penanganan pengaduan	3,51	87,80%	B

Diagram IPA untuk layanan datang langsung disajikan pada Gambar 15. Gambar 15 memperlihatkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** di cara pelayanan datang langsung berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang **harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya**. Kuadran III ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, yang merupakan atribut pelayanan yang **dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil**. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki **tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan.



Gambar 15 Diagram IPA layanan yang diperoleh dengan cara datang langsung

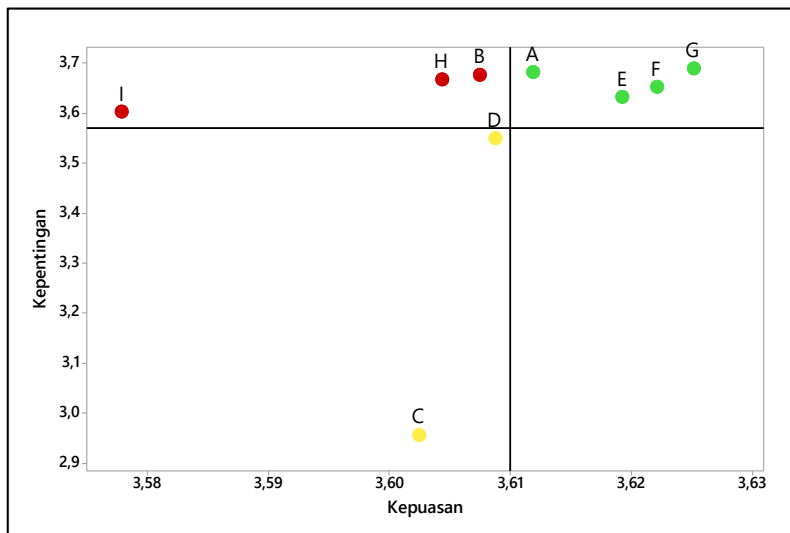
#### 4.3.1.2 Email

Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan email adalah 3,66 dengan presentase IKM sebesar 91,45%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan email dinilai sangat baik menurut responden pengguna layanan dengan cara ini. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden pengguna layanan melalui email disajikan pada Tabel 3. Responden sangat puas terhadap pelayanan email yang diperoleh dari BIG. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian seluruh atribut yang berada pada mutu pelayanan A atau kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan melalui email adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.

Tabel 3 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Email

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,61	90,30%	A
B	Kemudahan prosedur	3,61	90,19%	A
C	Kecepatan waktu	3,60	90,06%	A
D	Kewajaran biaya	3,61	90,22%	A
E	Kesesuaian Produk	3,62	90,48%	A
F	Kompetensi petugas	3,62	90,55%	A
G	Perilaku Petugas	3,63	90,63%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,60	90,11%	A
I	Penanganan pengaduan	3,58	89,45%	A

Gambar 16 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk layanan yang diperoleh dengan cara email. Terdapat beberapa atribut yang menjadi prioritas perbaikan bagi layanan dengan cara email. Atribut-atribut tersebut adalah **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, serta **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Hal tersebut dikarenakan atribut-atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi akan tetapi nilai kepuasannya rendah**. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**. Hal ini dikarenakan atribut-atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Sama dengan cara sebelumnya yaitu datang langsung, atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** dinilai oleh responden **memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik**. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.



Gambar 16 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui email

#### 4.3.1.3 Telepon/WA/SMS

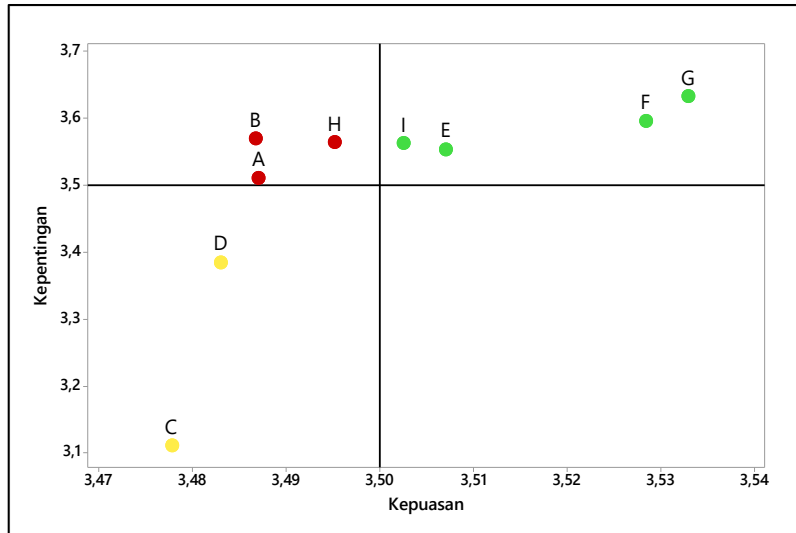
Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan Telepon/WA/SMS adalah 3,54 dengan presentase IKM sebesar 88,51%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan Telepon/WA/SMS dinilai sangat baik menurut responden pengguna layanan dengan cara ini. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden pengguna layanan melalui email disajikan pada Tabel 4. Responden menilai kinerja pelayanan melalui Telepon/WA/SMS sudah baik. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian mayoritas atribut yang berada pada mutu pelayanan B atau kinerja pelayanan dinilai baik oleh responden. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan melalui email adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.



Tabel 4 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Email

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,49	87,18%	B
B	Kemudahan prosedur	3,49	87,17%	B
C	Kecepatan waktu	3,48	86,94%	B
D	Kewajaran biaya	3,48	87,08%	B
E	Kesesuaian Produk	3,51	87,68%	B
F	Kompetensi petugas	3,53	88,21%	B
G	Perilaku Petugas	3,53	88,32%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,50	87,38%	B
I	Penanganan pengaduan	3,50	87,56%	B

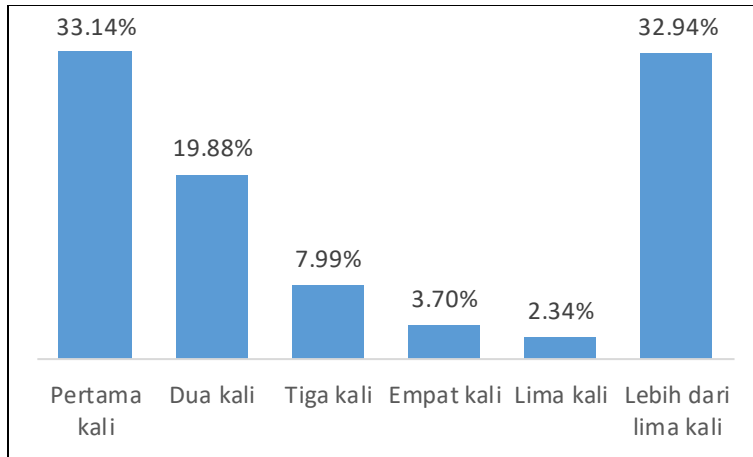
Diagram IPA dan saran perbaikan bagi layanan melalui telepon/WA/SMS disajikan pada Gambar 17. Gambar 17 memperlihatkan bahwa beberapa atribut pada perolehan layanan melalui Telepon/WA/SMS yaitu atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang **harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya**. Atribut **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, serta **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** pada pelayanan melalui telepon/WA/SMS berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki **tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Kuadran III ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** dirasakan **kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil**.



Gambar 17 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui telepon/ WA/ SMS

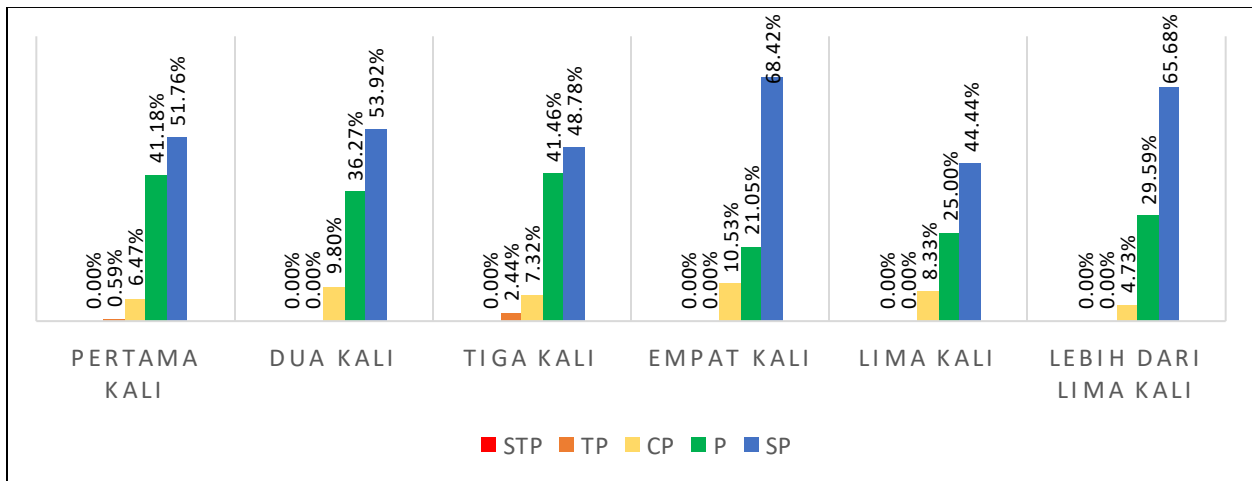
#### 4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG

Setiap responden yang telah selesai memperoleh layanan dari BIG mengisi kuesioner sehingga seorang pengguna produk/layanan BIG dapat mengisi kuesioner lebih dari satu kali tergantung dari frekuensi responden dalam mendapatkan layanan dari BIG. Pada survei ini terdapat enam frekuensi yang diukur yaitu, pertama kali, dua kali, tiga kali, empat kali, lima kali, dan lebih dari lima kali responden mendapatkan layanan dari BIG. Banyaknya responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 18. Gambar tersebut memberikan informasi bahwa responden paling banyak merupakan responden yang baru pertama kali mendapatkan layanan dari BIG, yaitu sebanyak 33,14%, sedangkan responden yang paling sedikit merupakan responden yang telah mendapatkan layanan dari BIG sebanyak lima kali, yaitu sebanyak 2,34%. Responden yang mendapatkan layanan dari BIG sebanyak dua kali sebanyak 19,88%, tiga kali sebanyak 7,99%, empat kali 3,70%, dan lebih dari lima kali sebanyak 32,94%.



Gambar 18 Persentase responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

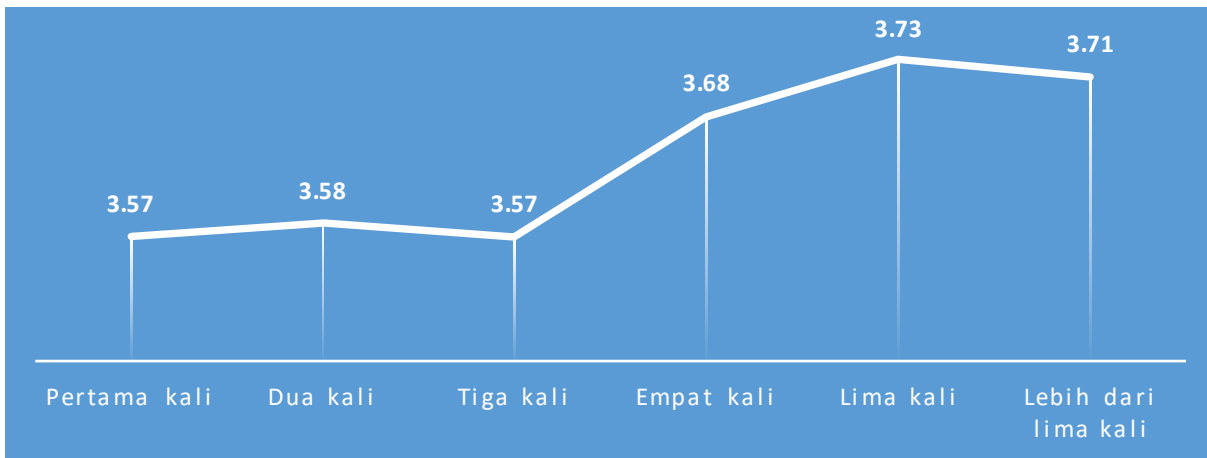
Profil responden berdasarkan frekuensinya mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 19. Secara umum mayoritas merasa sangat puas dan puas terhadap layanan yang diterima layanan dari BIG. Terdapat sedikit responden (kurang dari 1% responden) yang merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG pada responden yang mendapatkan layanan dari BIG sebanyak tiga kali. Responden dengan frekuensi selain tiga kali dalam mendapatkan layanan dari BIG semuanya merasa puas terhadap layanan yang telah diperoleh dari BIG.



Gambar 19 Profil responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

Nilai IKM berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 20. Nilai IKM meningkat seiring dengan meningkatnya frekuensi dalam mendapatkan layanan dari

BIG, akan tetapi nilai IKM turun pada responden dengan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG tiga kali lalu naik dan turun lagi pada frekuensi mendapatkan layanan lebih dari lima kali. Nilai IKM maksimum adalah ketika responden mendapatkan layanan dari BIG sebanyak lima kali, yaitu sebesar 3,73.



Gambar 20 Nilai IKM berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

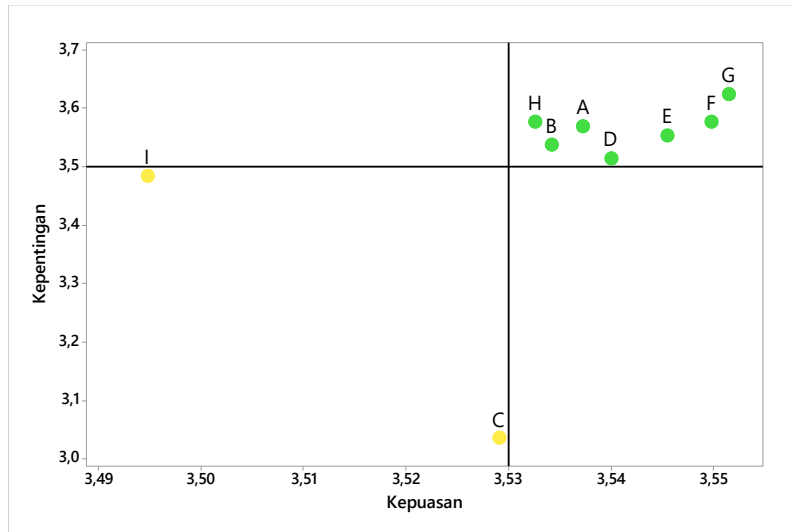
#### 4.3.2.1 Pertama kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan pertama kali adalah 3,57 dengan persentase IKM sebesar 89,13%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan pertama kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak satu kali disajikan pada Tabel 5. Secara umum seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan BIG yang baru pertama kali mendapatkan layanan, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada mayoritas atribut. Terdapat dua atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau dinilai baik oleh responden pengguna layanan BIG pertama kali yaitu atribut Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C) dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I) . Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi pertama kali adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 5 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,54	88,43%	A
B	Kemudahan prosedur	3,53	88,35%	A
C	Kecepatan waktu	3,53	88,23%	B
D	Kewajaran biaya	3,54	88,50%	A
E	Kesesuaian Produk	3,55	88,64%	A
F	Kompetensi petugas	3,55	88,74%	A
G	Perilaku Petugas	3,55	88,79%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,53	88,31%	A
I	Penanganan pengaduan	3,49	87,37%	B

Gambar 21 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang baru pertama kali mendapatkan layanan dari BIG. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kecepatan Waktu dalam Memberikan Pelayanan (C)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Hal ini dikarenakan atribut-atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Atribut-atribut lain selainnya yaitu **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan dinilai oleh responden **memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik**. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.



Gambar 21 Diagram IPA responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG

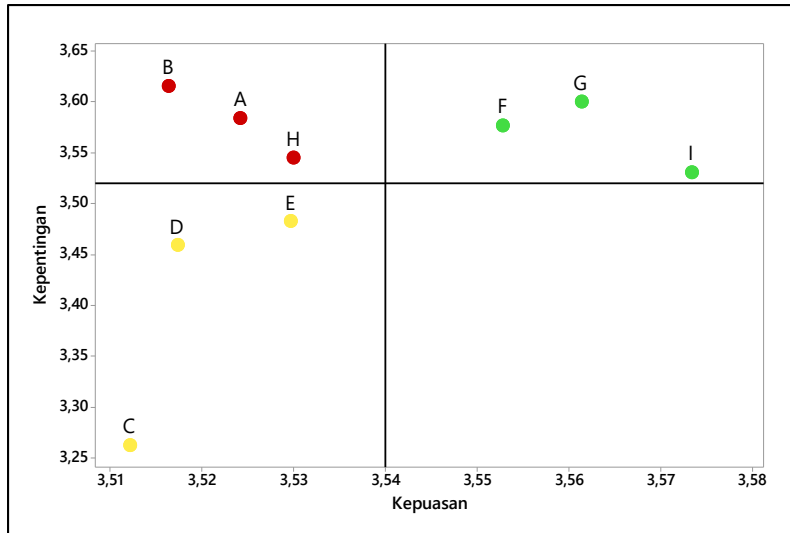
#### 4.3.2.2 Dua kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan dua kali adalah 3,58 dengan persentase IKM sebesar 89,44%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan dua kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak dua kali disajikan pada Tabel 6. Secara umum seluruh atribut telah dinilai baik oleh responden pengguna layanan dengan frekuensi dua kali, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai B pada mayoritas atribut. Terdapat tiga atribut yang memiliki mutu pelayanan A atau dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan BIG dengan frekuensi dua kali yaitu atribut Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi dua kali adalah atribut Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).

Tabel 6 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,52	88,10%	B
B	Kemudahan prosedur	3,52	87,91%	B
C	Kecepatan waktu	3,51	87,80%	B
D	Kewajaran biaya	3,52	87,93%	B
E	Kesesuaian Produk	3,53	88,24%	B
F	Kompetensi petugas	3,55	88,82%	A
G	Perilaku Petugas	3,56	89,03%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,53	88,25%	B
I	Penanganan pengaduan	3,57	89,33%	A

Diagram IPA dan saran perbaikan bagi responden yang telah mendapatkan layanan dari BIG sebanyak dua kali disajikan pada Gambar 22. Gambar 22 memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang **harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya**. Atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki **tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Kuadran III ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, serta **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dirasakan **kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil**.



Gambar 22 Diagram IPA responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG

#### 4.3.2.3 Tiga kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan tiga kali adalah 3,57 dengan persentase IKM sebesar 89,13%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan tiga kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak tiga kali disajikan pada Tabel 7. Secara umum seluruh atribut telah dinilai baik oleh responden pengguna layanan dengan frekuensi tiga kali, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai B pada semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi tiga kali adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

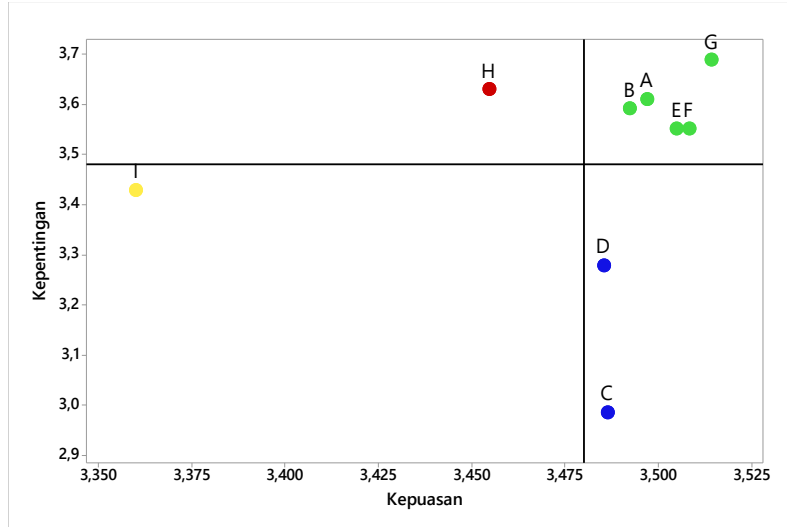


Tabel 7 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,50	87,42%	B
B	Kemudahan prosedur	3,49	87,31%	B
C	Kecepatan waktu	3,49	87,16%	B
D	Kewajaran biaya	3,49	87,13%	B
E	Kesesuaian Produk	3,50	87,62%	B
F	Kompetensi petugas	3,51	87,70%	B
G	Perilaku Petugas	3,51	87,85%	B
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,45	86,36%	B
I	Penanganan pengaduan	3,36	84,00%	B

Gambar 23 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah tiga kali mendapatkan layanan dari BIG. Terdapat satu atribut yang menjadi prioritas perbaikan, atribut tersebut adalah **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Hal tersebut dikarenakan atribut-atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi akan tetapi nilai kepuasannya rendah**. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Hal ini dikarenakan atribut-atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Terdapat dua atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi namun tingkat kepentingannya rendah, peubah tersebut adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, serta **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** dinilai oleh

responden memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.



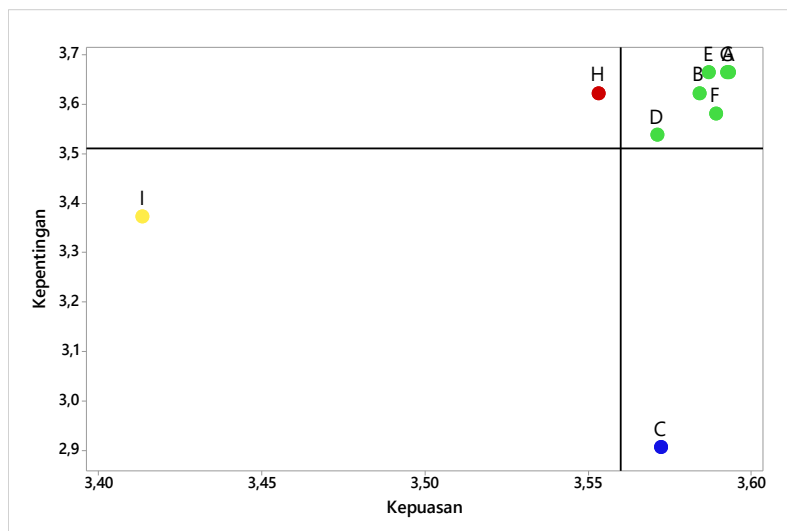
Gambar 23 Diagram IPA responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG

#### 4.3.2.4 Empat kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan empat kali adalah 3,68 dengan persentase IKM sebesar 91,90%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan empat kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak empat kali disajikan pada Tabel 8. Secara umum seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan dengan frekuensi empat kali, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada hampir semua atribut. Terdapat satu atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau pelayanannya dinilai baik oleh responden pengguna dengan frekuensi empat kali mendapatkan layanan dari BIG, atribut tersebut adalah Penanganan pengaduan pengguna layanan (I). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi empat kali adalah atribut Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A) dan Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 8 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden empat kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,59	89,82%	A
B	Kemudahan prosedur	3,58	89,59%	A
C	Kecepatan waktu	3,57	89,30%	A
D	Kewajaran biaya	3,57	89,27%	A
E	Kesesuaian Produk	3,59	89,67%	A
F	Kompetensi petugas	3,59	89,72%	A
G	Perilaku Petugas	3,59	89,81%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,55	88,82%	A
I	Penanganan pengaduan	3,41	85,33%	B



Gambar 24 Diagram IPA responden empat kali mendapatkan layanan dari BIG

Gambar 24 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah empat kali mendapatkan layanan dari BIG. Terdapat satu atribut yang menjadi prioritas perbaikan, atribut tersebut adalah **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Hal tersebut dikarenakan atribut-atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi akan tetapi**

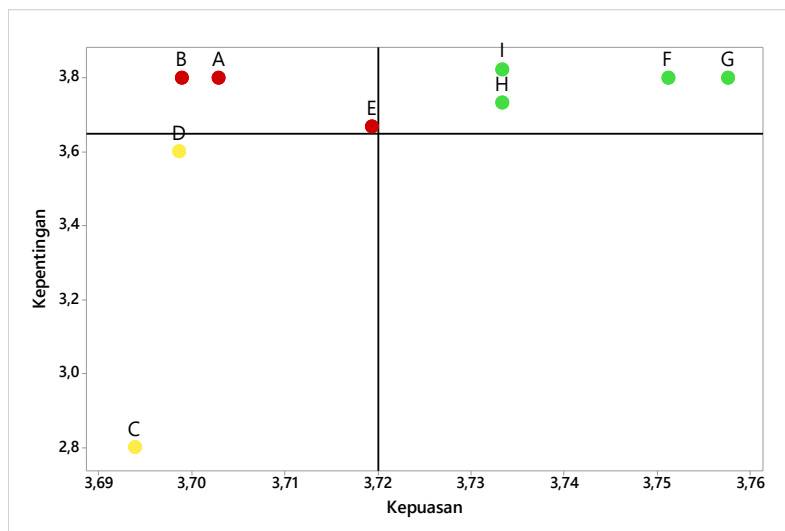
**nilai kepuasannya rendah.** Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).** Hal ini dikarenakan atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Terdapat satu atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi namun tingkat kepentingannya rendah, peubah tersebut adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C).** Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B), Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D), Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), serta Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** dinilai oleh responden **memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik.** Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

#### **4.3.2.5 Lima kali**

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan lima kali adalah 3,73 dengan persentase IKM sebesar 93,21%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan lima kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak lima kali disajikan pada Tabel 9. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan dengan frekuensi lima kali, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi lima kali adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 9 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,70	92,57%	A
B	Kemudahan prosedur	3,70	92,47%	A
C	Kecepatan waktu	3,69	92,35%	A
D	Kewajaran biaya	3,70	92,46%	A
E	Kesesuaian Produk	3,72	92,98%	A
F	Kompetensi petugas	3,75	93,78%	A
G	Perilaku Petugas	3,76	93,94%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,73	93,33%	A
I	Penanganan pengaduan	3,73	93,33%	A



Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG

Gambar 25 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah lima kali mendapatkan layanan dari BIG. Gambar 25 memperlihatkan bahwa beberapa atribut yang memerlukan prioritas perbaikan yaitu, **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi**

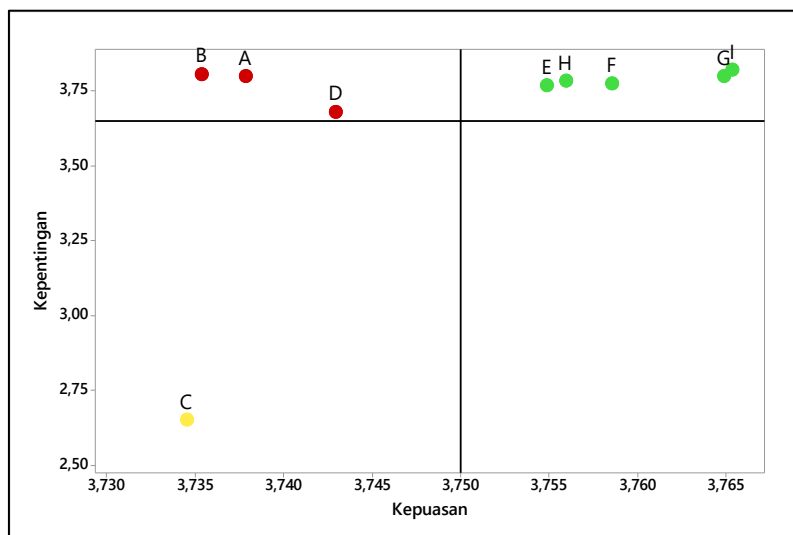
**Geospasial (B)**, dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**. Hal tersebut dikarenakan atribut-atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi akan tetapi nilai kepuasannya rendah**. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**. Hal ini dikarenakan atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

#### **4.3.2.6 Lebih dari Lima kali**

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan lebih dari lima kali adalah 3,71 dengan persentase IKM sebesar 92,83%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan lebih dari lima kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak lebih dari lima kali disajikan pada Tabel 10. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan dengan frekuensi lebih dari lima kali, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi lebih dari lima kali adalah atribut Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).

Tabel 10 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden lebih dari lima kali mendapatkan layanan dari BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,74	93,45%	A
B	Kemudahan prosedur	3,74	93,38%	A
C	Kecepatan waktu	3,73	93,36%	A
D	Kewajaran biaya	3,74	93,57%	A
E	Kesesuaian Produk	3,75	93,87%	A
F	Kompetensi petugas	3,76	93,96%	A
G	Perilaku Petugas	3,76	94,12%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,76	93,90%	A
I	Penanganan pengaduan	3,77	94,13%	A



Gambar 26 Diagram IPA responden lebih dari lima kali mendapatkan layanan dari BIG

Gambar 26 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah lebih dari lima kali mendapatkan layanan dari BIG. Gambar 26 memperlihatkan bahwa beberapa atribut yang memerlukan prioritas perbaikan yaitu **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi**

**Geospasial (B), dan Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D).** Hal tersebut dikarenakan atribut-atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi akan tetapi nilai kepuasannya rendah.** Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kecepatan waktu** dalam memberikan pelayanan. Hal ini dikarenakan atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H), dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

#### **4.3.3 Nilai IKM Perpusat di Badan Informasi Geospasial**

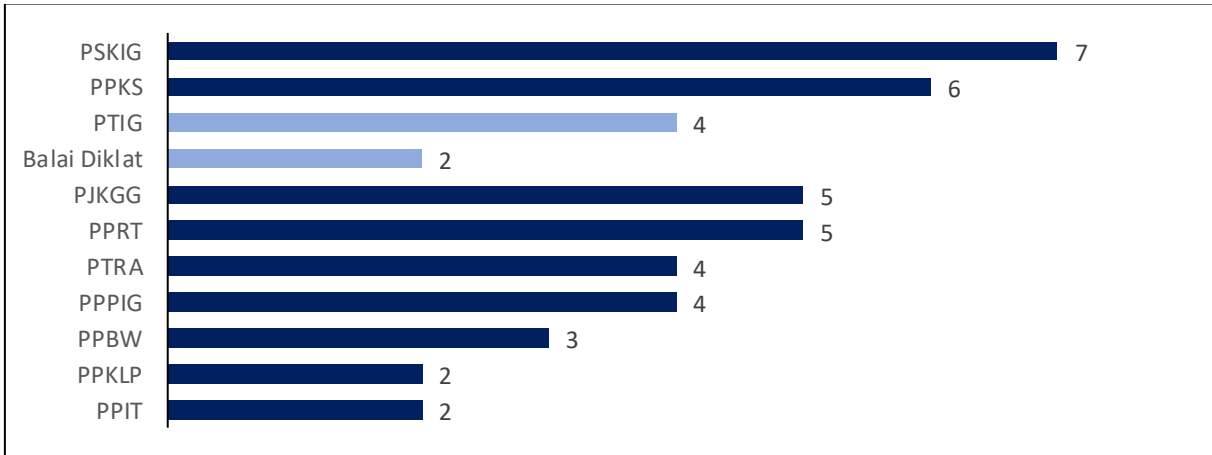
Pusat-pusat yang diukur nilai IKM nya adalah pusat-pusat yang berhubungan langsung dengan masyarakat pengguna produk dan layanan Informasi Geospasial (IG). Terdapat sembilan pusat yang diukur nilai IKM nya. Kesembilan pusat tersebut adalah PPKS, PJKGG, PPKLP, PPBW, PPRT, PPIT, PTR, PPIG, dan PSKIG. Selain itu, terdapat pula pengukuran nilai IKM dari Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG) dan Balai Pendidikan dan Pelatihan Data sebagai unit eselon tiga dari PPKS. Jumlah produk dan layanan yang diukur pada survei kepuasan masyarakat tahun 2021 ini tersaji pada Gambar 27. Pada survei kepuasan masyarakat ini pusat PSKIG memiliki jumlah layanan paling banyak yang diukur yaitu sebanyak tujuh layanan yaitu:

- a. Layanan Konsultasi Akreditasi Lembaga;
- b. Layanan Sertifikasi Tenaga Profesional;
- c. Layanan Sertifikasi Penyedia Jasa Bidang IG;
- d. Layanan Konsultasi SKNI dan KKNI;
- e. Layanan Konsultasi Standarisasi Bidang IG;
- f. Layanan Pembinaan Simpul Jaringan;
- g. Layanan Pembinaan PPIDS.

Pusat yang memiliki layanan paling sedikit yang diukur pada survei ini adalah PPIT dan PPKLP. Layanan yang berasal dari PPIT meliputi Layanan Peta Tematik dan Layanan

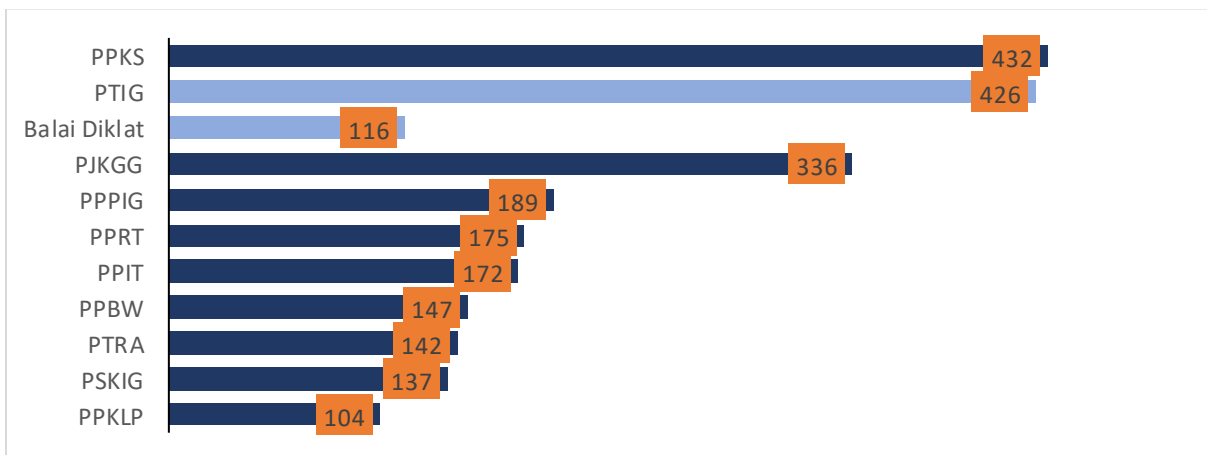


konsultasi. Layanan yang berasal dari PPKLP meliputi Konsultasi Teknis Garis Pantai dan Konsultasi Perhitungan Pulau. Jenis layanan yang diukur pada masing-masing pusat secara lebih rinci dapat dilihat pada kuesioner SKM yang tersaji pada Lampiran 1.



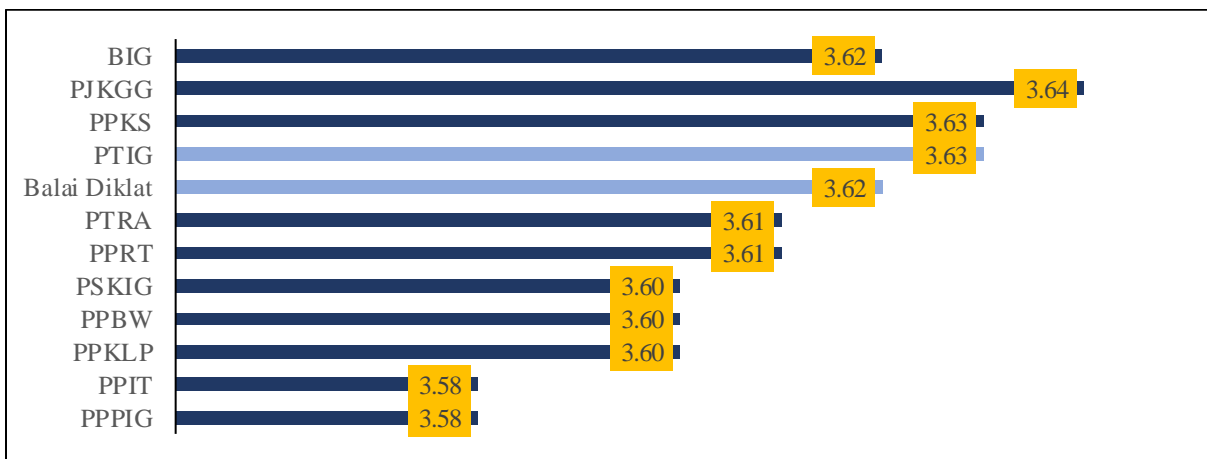
Gambar 27 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan pusat di BIG

Satu responden dapat memperoleh lebih dari satu layanan. Sebaran jumlah responden pengguna produk/layanan berdasarkan pusat yang ada di BIG disajikan pada Gambar 28. PPPKS merupakan pusat dengan responden pengguna terbanyak yaitu sebanyak 432 responden, diikuti oleh PJKGG dengan 336 yang merupakan pusat dengan responden pengguna terbanyak kedua. Pusat dengan responden pengguna paling sedikit adalah PPKLP. Informasi mengenai banyaknya responden yang menggunakan masing-masing layanan secara lebih rinci terdapat pada Lampiran 2.



Gambar 28 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan pusat di BIG

Sebaran nilai IKM pada masing-masing pusat disajikan pada Gambar 29. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan formula CSI, nilai IKM paling tinggi dimiliki oleh PJKGG dengan nilai IKM sebesar 3,64. Selanjutnya Nilai IKM paling kecil adalah sebesar 3,58 yang dimiliki oleh empat pusat yaitu PPPIG dan PPIT . Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai IKM yang berada pada interval 3,5324 – 4,00 berada pada interval mutu pelayanan A dan kinerja unit pelayanan sangat baik. Oleh karena itu nilai IKM untuk pusat seluruh pusat yang ada di BIG menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB berada pada interval mutu pelayanan A dengan kata lain memiliki kinerja yang sudah sangat baik.



Gambar 29 Sebaran nilai IKM berdasarkan pusat di BIG

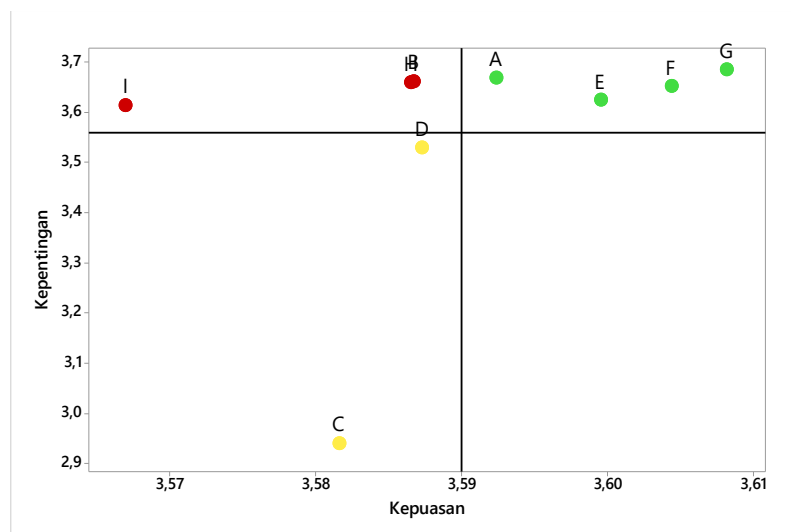
#### 4.3.3.1 Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG) memiliki jumlah layanan yang diukur pada survei ini sebanyak lima. Layanan tersebut adalah: Layanan Data RINEX/CORS; Layanan RTK; Layanan Data Pasang Surut; Layanan SRGI; dan Layanan Pengolahan GPS. Nilai IKM yang diperoleh oleh PJKGG adalah sebesar 3,64 dengan prosentase IKM sebesar 91,04%. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A dengan kata lain kinerja unit pelayanan PKJGG sudah sangat baik. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PJKGG disajikan pada Tabel 11. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PJKGG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada semua atribut. Skor

tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PJKGG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 11 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,59	89,81%	A
B	Kemudahan prosedur	3,59	89,67%	A
C	Kecepatan waktu	3,58	89,54%	A
D	Kewajaran biaya	3,59	89,68%	A
E	Kesesuaian Produk	3,60	89,99%	A
F	Kompetensi petugas	3,60	90,11%	A
G	Perilaku Petugas	3,61	90,20%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,59	89,66%	A
I	Penanganan pengaduan	3,57	89,17%	A



Gambar 30 Diagram IPA Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

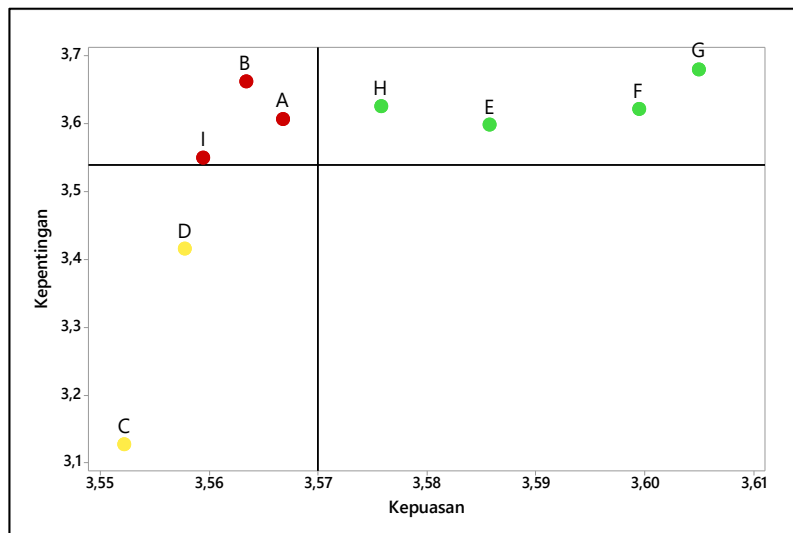
Diagram IPA untuk PJKGG disajikan pada Gambar 30. Gambar 30 memperlihatkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** pengguna layanan di PJKGG berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut-atribut ini merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, serta **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** yang merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.

#### **4.3.3.2 Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)**

Terdapat lima layanan dari Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah: Bimbingan Teknis Toponim; Layanan Akuisisi Data; Layanan Orthorektifikasi Citra; Layanan Titik GCP; Layanan Pembuatan Unsur Peta Dasar. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPRT adalah 3,61 dengan prosentase IKM sebesar 90,26%. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A dengan kata lain kinerja unit pelayanan yaitu PPRT sudah sangat baik. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPRT disajikan pada Tabel 12. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPRT, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPRT adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 12 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,57	89,17%	A
B	Kemudahan prosedur	3,56	89,08%	A
C	Kecepatan waktu	3,55	88,80%	A
D	Kewajaran biaya	3,56	88,94%	A
E	Kesesuaian Produk	3,59	89,64%	A
F	Kompetensi petugas	3,60	89,98%	A
G	Perilaku Petugas	3,60	90,12%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,58	89,39%	A
I	Penanganan pengaduan	3,56	88,99%	A



Gambar 31 Diagram IPA Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)

Gambar 31 memperlihatkan diagram IPA di PPRT berdasarkan hasil analisis IPA. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** di PPRT merupakan

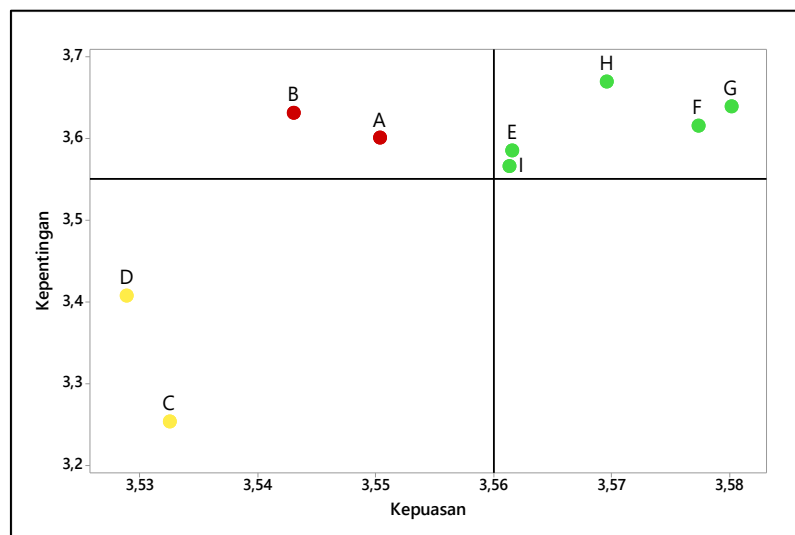
atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Hal ini karena atribut tersebut berada pada **kuadran I**, dimana atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih rendah. Atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** diPPRT merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil dibandingkan atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.

#### **4.3.3.3 Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)**

Terdapat dua layanan dari Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah: Konsultasi Teknis Garis Pantai; Konsultasi Perhitungan Pulau. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPKLP adalah 3,60 dengan prosentase IKM sebesar 89,96%. Nilai ini sudah sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPKLP disajikan pada Tabel 13. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPKLP, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada hampir seluruh atribut. Hanya terdapat satu atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau dinilai baik kinerjanya oleh responden, atribut tersebut adalah Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPKLP adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 13 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,55	88,76%	A
B	Kemudahan prosedur	3,54	88,57%	A
C	Kecepatan waktu	3,53	88,31%	A
D	Kewajaran biaya	3,53	88,22%	B
E	Kesesuaian Produk	3,56	89,04%	A
F	Kompetensi petugas	3,58	89,43%	A
G	Perilaku Petugas	3,58	89,50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,57	89,24%	A
I	Penanganan pengaduan	3,56	89,03%	A



Gambar 32 Diagram IPA Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)

Diagram IPA dan saran perbaikan untuk atribut-atribut di PPKLP berdasarkan hasil analisis IPA disajikan pada Gambar 32. Menurut hasil analisis IPA atribut yang merupakan prioritas utama perbaikan bagi pusat PPKLP adalah **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi**

**Geospasial (B)**. Hal ini karena atribut tersebut berada pada **kuadran I**, dimana atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih rendah. Atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** di PPKLP merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** merupakan atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil dibandingkan atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.

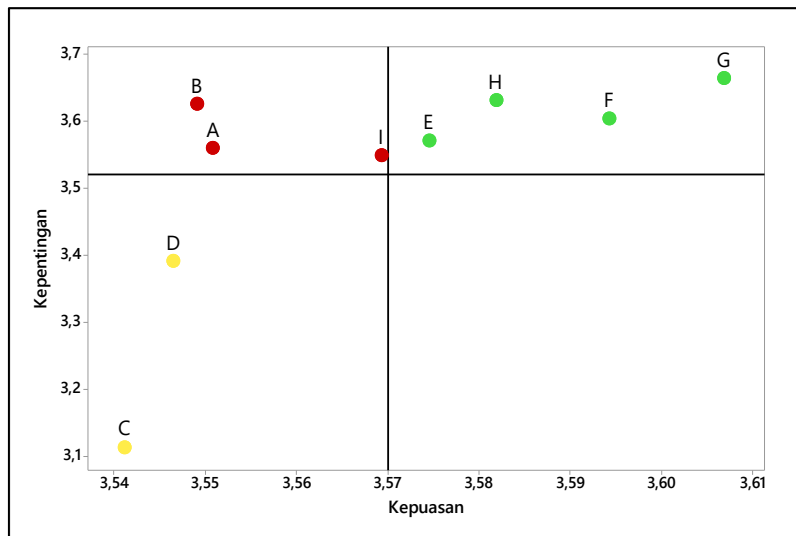
#### **4.3.3.4 Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)**

Sebanyak tiga layanan dari Pusat Pemetaan dan Batas Wilayah (PPBW) diukur pada survei ini. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPBW adalah 3,60 dengan prosentase IKM sebesar 89,89%. Nilai ini berada pada mutu pelayanan A dan sudah sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPBW disajikan pada Tabel 14. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPBW, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada hampir seluruh atribut. Hanya terdapat satu atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau dinilai baik kinerjanya oleh responden, atribut tersebut adalah Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPBW adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).



Tabel 14 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,55	88,76%	A
B	Kemudahan prosedur	3,54	88,57%	A
C	Kecepatan waktu	3,53	88,31%	A
D	Kewajaran biaya	3,53	88,22%	B
E	Kesesuaian Produk	3,56	89,04%	A
F	Kompetensi petugas	3,58	89,43%	A
G	Perilaku Petugas	3,58	89,50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,57	89,24%	A
I	Penanganan pengaduan	3,56	89,03%	A



Gambar 33 Diagram IPA Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)

Gambar 33 memperlihatkan diagram IPA di PPBW berdasarkan hasil analisis IPA. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**,

dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** di PPBW merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Hal ini karena atribut tersebut berada pada **kuadran I**, dimana atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih rendah. Atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** di PPBW merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil dibandingkan atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.

#### **4.3.3.5 Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)**

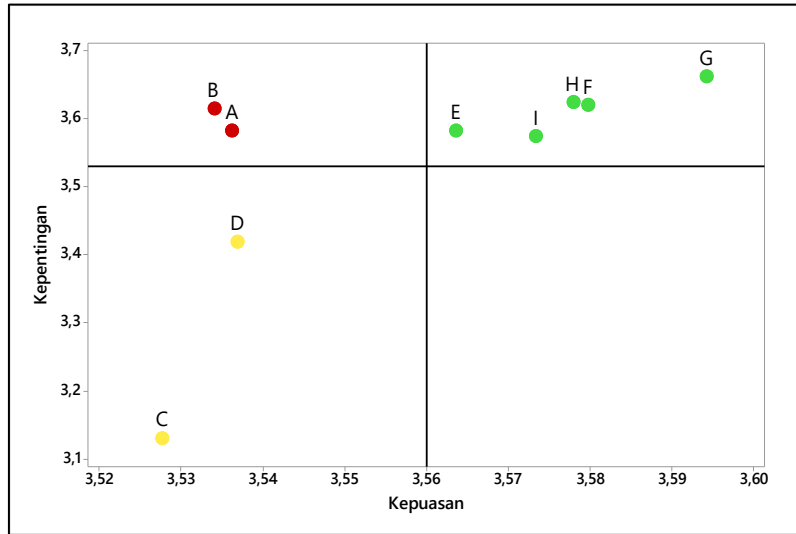
Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT) memiliki jumlah layanan yang diukur pada survei ini sebanyak dua. Layanan tersebut adalah layanan peta tematik dan layanan konsultasi. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPIT adalah sebesar 3,58 dengan prosentase IKM sebesar 89,57%. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai ini berada pada interval mutu pelayan A dengan kata lain kinerja unit pelayanan yaitu PPIT sudah sangat baik. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPIT disajikan pada Tabel 14. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPIT, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada hampir seluruh atribut. Hanya terdapat satu atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau dinilai baik kinerjanya oleh responden, atribut tersebut adalah Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPBW adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 15 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,54	88,41%	A
B	Kemudahan prosedur	3,53	88,35%	A
C	Kecepatan waktu	3,53	88,19%	B
D	Kewajaran biaya	3,54	88,42%	A
E	Kesesuaian Produk	3,56	89,09%	A
F	Kompetensi petugas	3,58	89,49%	A
G	Perilaku Petugas	3,59	89,85%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,58	89,45%	A
I	Penanganan pengaduan	3,57	89,33%	A

Gambar 34 memperlihatkan diagram IPA di PPIT berdasarkan hasil analisis IPA. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** di PPIT merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Hal ini karena atribut-atribut tersebut berada pada **kuadran I**, dimana atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih rendah. **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu terdapat atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, yang merupakan atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil dibandingkan

atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.



Gambar 34 Diagram IPA Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)

#### 4.3.3.6 Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA)

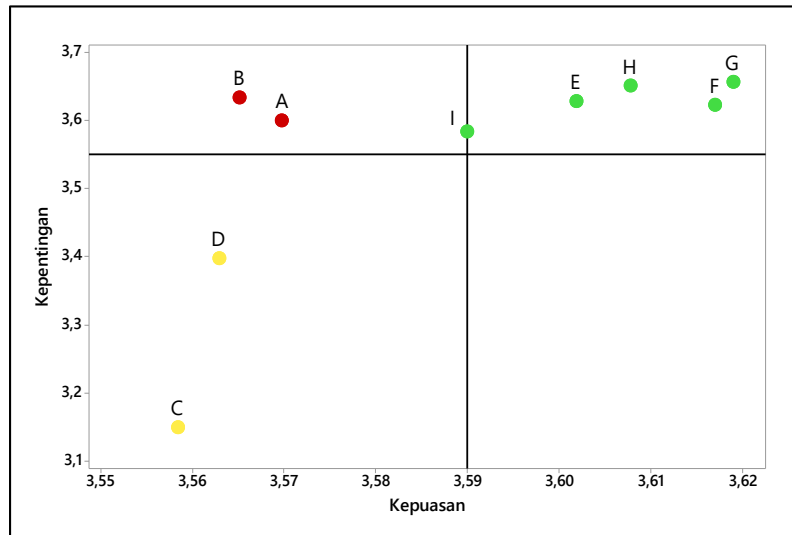
Terdapat empat layanan dari Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah: Asistensi Pemetaan RTRW dan RDTR; Bimbingan Teknis NSDA; Layanan Produk Atlas; dan TOT Asistensi Peta Tata Ruang. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPTRA adalah 3,61 dengan persentase IKM sebesar 90,31%. Nilai ini berada pada mutu pelayanan A dan sudah sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPTRA disajikan pada Tabel 16. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPTRA, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPTRA adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 16 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,57	89,24%	A
B	Kemudahan prosedur	3,57	89,13%	A
C	Kecepatan waktu	3,56	88,96%	A
D	Kewajaran biaya	3,56	89,07%	A
E	Kesesuaian Produk	3,60	90,04%	A
F	Kompetensi petugas	3,62	90,42%	A
G	Perilaku Petugas	3,62	90,47%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,61	90,19%	A
I	Penanganan pengaduan	3,59	89,75%	A

Diagram IPA untuk atribut-atribut di PPTRA berdasarkan hasil analisis IPA disajikan pada Gambar 35. Gambar 35 memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** di PPIT merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Hal ini karena atribut-atribut tersebut berada pada **kuadran I**, dimana atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi akan tetapi kinerjanya masih rendah. **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu terdapat atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, yang merupakan atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil

dibandingkan atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini



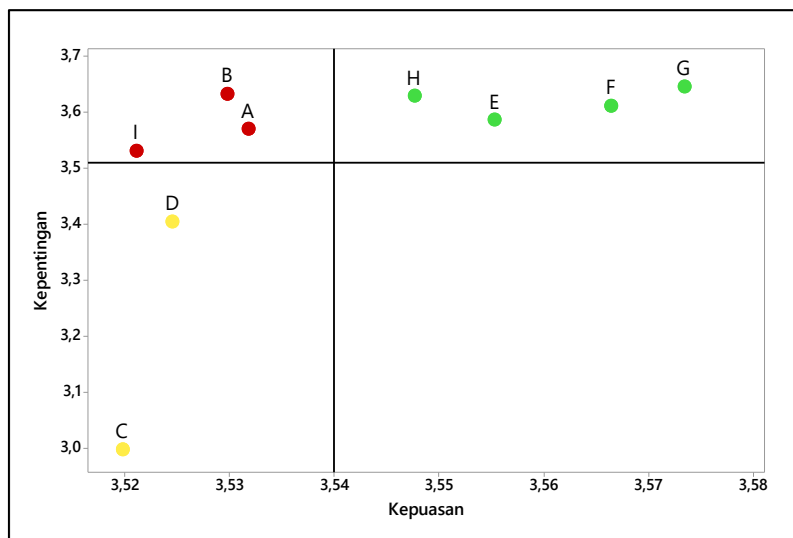
Gambar 35 Diagram IPA Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA)

#### 4.3.3.7 Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)

Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG) mempunyai empat layanan yang diukur pada survei kali ini. Keempat layanan tersebut adalah Layanan Ina-Geoportal; Layanan Simpul Jaringan; Layanan Instalasi PALAPA; dan Layanan Pengembangan WEB GIS. Pusat ini memperoleh nilai IKM tertinggi dari pusat-pusat lain yang ada di BIG. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPPIG adalah 3,58 dengan prosentase IKM sebesar 89,54%. Nilai ini berada pada mutu pelayanan A dan sudah memberikan pelayanan dengan sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPPIG disajikan pada Tabel 17. Secara umum atribut telah dinilai baik oleh responden pengguna layanan pusat PPPIG, hal ini ditunjukkan oleh empat atribut yang memiliki mutu pelayanan yang bernilai A dan lima atribut yang lain memiliki nilai mutu pelayanan B. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPPIG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 17 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,53	88,29%	B
B	Kemudahan prosedur	3,53	88,24%	B
C	Kecepatan waktu	3,52	87,99%	B
D	Kewajaran biaya	3,52	88,11%	B
E	Kesesuaian Produk	3,56	88,88%	A
F	Kompetensi petugas	3,57	89,16%	A
G	Perilaku Petugas	3,57	89,33%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,55	88,69%	A
I	Penanganan pengaduan	3,52	88,03%	B



Gambar 36 Diagram IPA Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)

Diagram IPA untuk atribut-atribut di PPPIG berdasarkan hasil analisis IPA disajikan pada Gambar 36. Gambar 36 memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan**

**Informasi Geospasial (B)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** di PPPIG berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut-atribut ini merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.

#### **4.3.3.8 Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)**

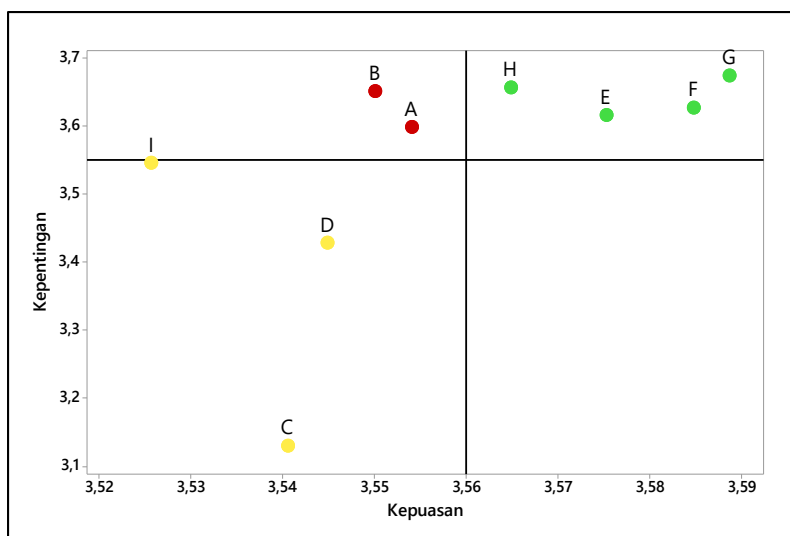
Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG) mempunyai jumlah layanan terbanyak yang diukur pada survei kali ini. Jumlah layanan yang diukur pada pusat ini adalah sebanyak tujuh layanan. Layanan tersebut meliputi: Layanan Konsultasi Akreditasi Lembaga; Layanan Sertifikasi Tenaga Profesional; Layanan Sertifikasi Penyedia Jasa Bidang IG; Layanan Konsultasi SKNI dan KKN; Layanan Konsultasi Standarisasi Bidang IG; Layanan Pembinaan Simpul Jaringan; Layanan Pembinaan PPIDS. Nilai IKM yang diperoleh oleh PSKIG adalah 3,60 dengan prosentase IKM sebesar 90,07%. Nilai ini sudah sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPKLP disajikan pada Tabel 18. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PSKIG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada hampir seluruh atribut. Hanya terdapat satu atribut yang memiliki mutu pelayanan B atau dinilai baik kinerjanya oleh responden, atribut tersebut adalah Penanganan pengaduan pengguna layanan (I). Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PSKIG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).



Tabel 18 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,55	88,85%	A
B	Kemudahan prosedur	3,55	88,75%	A
C	Kecepatan waktu	3,54	88,51%	A
D	Kewajaran biaya	3,54	88,62%	A
E	Kesesuaian Produk	3,58	89,38%	A
F	Kompetensi petugas	3,58	89,62%	A
G	Perilaku Petugas	3,59	89,72%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,56	89,12%	A
I	Penanganan pengaduan	3,53	88,14%	B

Diagram IPA untuk PSKIG disajikan pada Gambar 37. Gambar 37 memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** pengguna layanan di PSKIG berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara produk pelayanan dengan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.



Gambar 37 Diagram IPA Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)

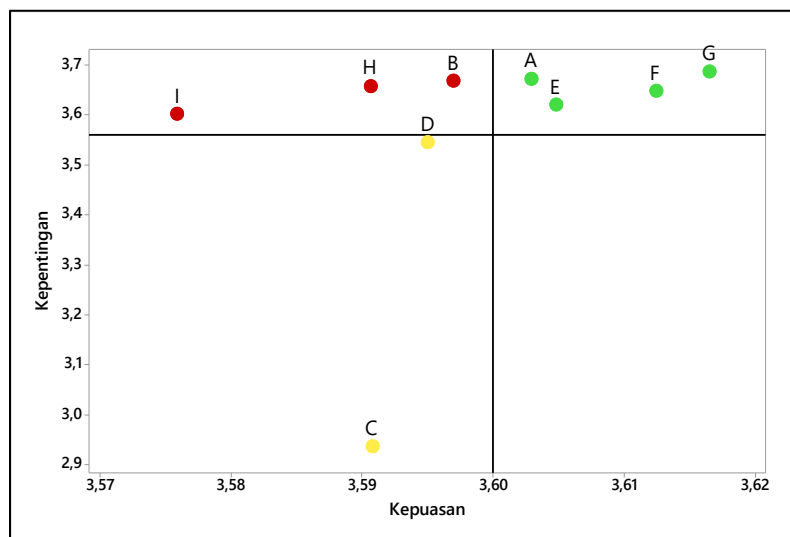
#### 4.3.3.9 Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)

Pengukuran nilai IKM di pusat penelitian promosi dan kerjasama (PPPKS) selain mengukur pusat PPPKS juga mengukur nilai IKM unit eselon 3 di bawah PPKS yaitu, Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG) dan Balai Pendidikan dan Pelatihan Data (Balai). PPKS mempunyai enam layanan yang diukur pada kegiatan kali ini. Empat dari layanan tersebut merupakan milik PTIG dan Balai. Layanan yang berasal dari PTIG meliputi Pembelian Peta Cetak; Pembelian Data Digital; Pengambilan Data; dan Konsultasi Jasa sedangkan layanan dari Balai adalah layanan diklat teknis dan layanan diklat fungsional.

Nilai IKM yang diperoleh PPPKS adalah 3,63; PTIG memiliki nilai IKM sebesar 3,63; dan Balai memiliki nilai IKM 3,62. Persentase IKM sebesar 90,76% dimiliki oleh PPPKS, 90,81% dimiliki oleh PTIG, dan 90,46% dimiliki oleh Balai. Menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB nilai-nilai ini berada pada pelayanan mutu A dan sudah sangat baik.

Diagram IPA untuk PTIG Gambar 38. Gambar 38 memperlihatkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut-atribut ini merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. **Atribut Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang**

tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), dan Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G) berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.



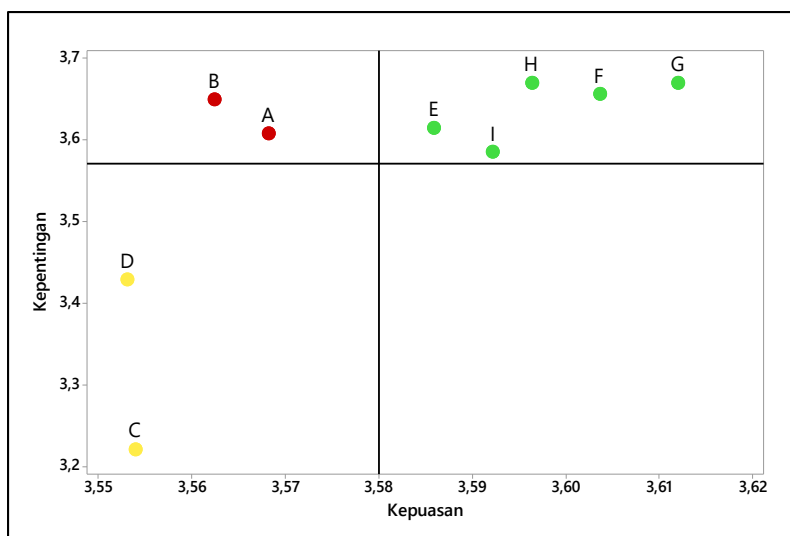
Gambar 38 Diagram IPA produk dan layanan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)

Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PTIG disajikan pada Tabel 19. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PTIG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PTIG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 19 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,60	90,07%	A
B	Kemudahan prosedur	3,60	89,92%	A
C	Kecepatan waktu	3,59	89,77%	A
D	Kewajaran biaya	3,59	89,87%	A
E	Kesesuaian Produk	3,60	90,12%	A
F	Kompetensi petugas	3,61	90,31%	A
G	Perilaku Petugas	3,62	90,41%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,59	89,76%	A
I	Penanganan pengaduan	3,58	89,40%	A

Gambar 39 menyajikan informasi mengenai diagram IPA dan saran perbaikan untuk atribut di Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial (Balai Diklat). Terdapat atribut yang menjadi prioritas perbaikan bagi Balai Diklat. Atribut tersebut adalah **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**,. Hal tersebut dikarenakan atribut ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi akan tetapi nilai kepuasannya rendah. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**. Hal ini dikarenakan atribut Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah. Selain itu terdapat **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**.oleh responden dinilai memiliki kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik. Oleh karena itu atribut-atribut ini kinerjanya perlu untuk dipertahankan.



Gambar 39 Diagram IPA produk dan layanan Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial

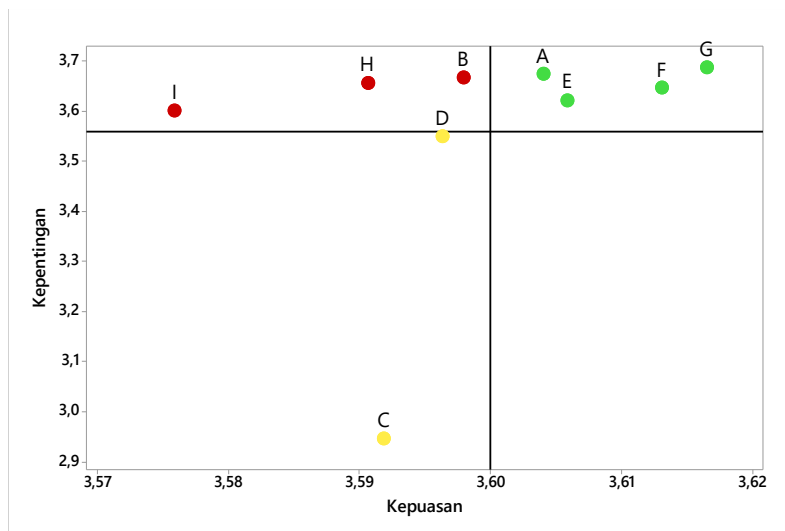
Tabel 20 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial (Balai Diklat)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,57	89,20%	A
B	Kemudahan prosedur	3,56	89,06%	A
C	Kecepatan waktu	3,55	88,85%	A
D	Kewajaran biaya	3,55	88,83%	A
E	Kesesuaian Produk	3,59	89,65%	A
F	Kompetensi petugas	3,60	90,09%	A
G	Perilaku Petugas	3,61	90,30%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,60	89,91%	A
I	Penanganan pengaduan	3,59	89,80%	A

Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari Balai Diklat disajikan pada Tabel 20. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan Balai Diklat, hal ini ditunjukkan oleh mutu

pelayanan yang bernilai A pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari Balai Diklat adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Diagram IPA bagi pusat PPPKS disajikan pada Gambar 40. Gambar 40 memperlihatkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut-atribut ini merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. **Atribut Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** merupakan atribut-atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.



Gambar 40 Diagram IPA produk dan layanan Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)

Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah

menggunakan layanan dari PPPKS disajikan pada Tabel 21. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan PPPKS, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPPKS adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)

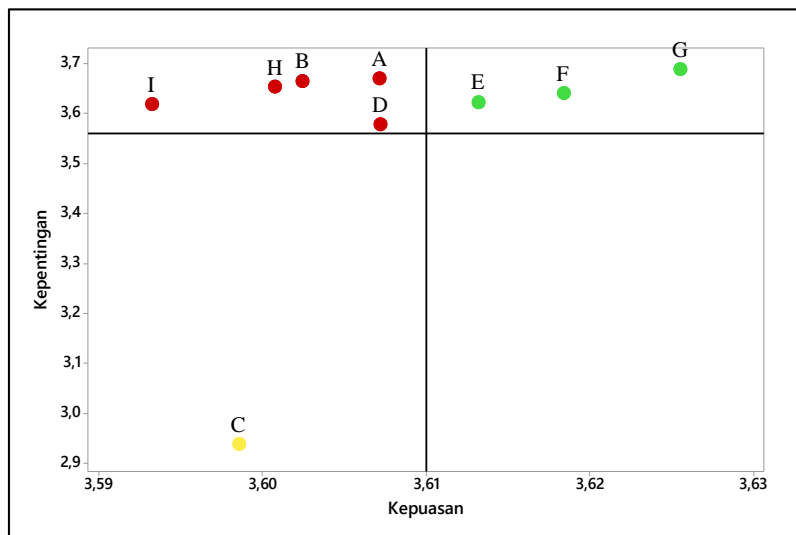
Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3,60	90,10%	A
B	Kemudahan prosedur	3,60	89,95%	A
C	Kecepatan waktu	3,59	89,80%	A
D	Kewajaran biaya	3,60	89,91%	A
E	Kesesuaian Produk	3,61	90,15%	A
F	Kompetensi petugas	3,61	90,33%	A
G	Perilaku Petugas	3,62	90,41%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,59	89,76%	A
I	Penanganan pengaduan	3,58	89,40%	A

#### 4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG)

Nilai IKM yang diperoleh dari sebanyak 513 responden adalah sebesar **3,62**. Dari nilai tersebut diperoleh persentase IKM sebesar 90,58%. nilai ini menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB berada pada interval mutu pelayan **A** dengan kata lain kinerja unit pelayanan yaitu BIG sudah sangat baik. Jika dibandingkan dengan nilai IKM BIG yang diperoleh tahun lalu, nilai ini mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan pada skala satu sampai dengan empat nilai IKM BIG pada tahun 2020 adalah 3.61.

Diagram IPA untuk produk dan layanan BIG disajikan pada Gambar 41. Informasi yang diperoleh dari Gambar 41 memperlihatkan bahwa atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kualitas sarana dan**

prasarana penunjang pelayanan (H), dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I) di BIG berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut-atribut ini merupakan atribut-atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. **Atribut Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), serta Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kuadran III** ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** yang merupakan atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini.



Gambar 41 Diagram IPA produk dan layanan BIG

Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari BIG disajikan pada Tabel 22. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan BIG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari BIG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

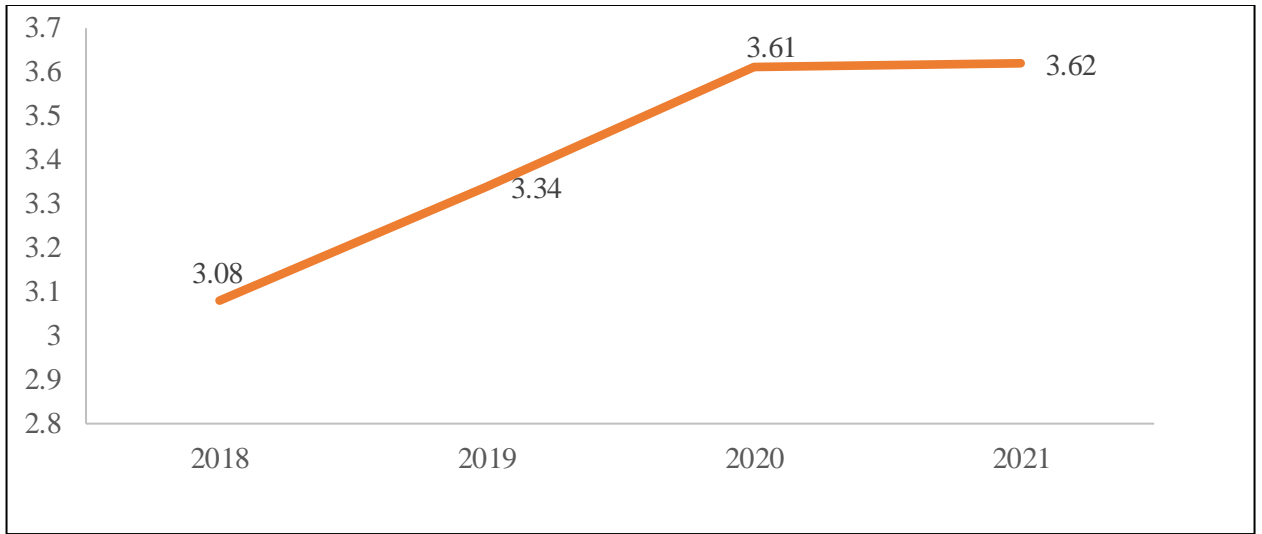


Tabel 22 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut produk dan layanan BIG

<b>Kode</b>	<b>Atribut</b>	<b>Indeks Kepuasan</b>	<b>Nilai Konversi</b>	<b>Mutu Pelayanan</b>
<i>[1]</i>	<i>[2]</i>	<i>[3]</i>	<i>[4]</i>	<i>[5]</i>
A	Kesesuaian Syarat	3,61	90,18%	A
B	Kemudahan prosedur	3,60	90,06%	A
C	Kecepatan waktu	3,60	89,96%	A
D	Kewajaran biaya	3,61	90,18%	A
E	Kesesuaian Produk	3,61	90,33%	A
F	Kompetensi petugas	3,62	90,46%	A
G	Perilaku Petugas	3,63	90,64%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3,60	90,02%	A
I	Penanganan pengaduan	3,59	89,83%	A

#### 4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, dan 2020

Perbandingan nilai IKM pada tahun 2018, 2019, 2020, dan 2021 dilakukan menggunakan skala satu sampai dengan empat. Banyaknya responden yang terjaring pada tahun 2021 lebih sedikit dibandingkan tahun 2020. Namun demikian banyaknya responden yang terjaring ini sudah cukup mewakili populasi. Semua pengguna produk dan layanan masing-masing pusat mengalami peningkatan. Jumlah pusat eselon 2 yang disurvei pada tahun 2021 sama dengan tahun 2020. Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG) pada tahun 2021 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2020, yaitu menjadi 3,62 di tahun 2021 dari 3,61 di tahun 2020. Hal ini juga terjadi pada semua pusat yang ada di BIG. Gambar 42 Menunjukkan kenaikan nilai IKM mulai tahun 2018 sampai 2021. Secara lebih rinci nilai IKM dan banyaknya responden pada kegiatan Survei Kepuasan Masyarakat BIG dan pusat-pusat eselon 2 di bawahnya yang terjaring dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 disajikan pada Tabel 23.



Gambar 42 Perkembangan IKM BIG 2018-2021

Tabel 23 Perbandingan jumlah responden pengguna produk/layanan dan nilai IKM tahun 2018 s.d 2021

No	PUSAT/ UNIT TEKNIS	2021		2020		2019		2018	
		Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM
	<b>Badan Informasi Geospasial (BIG)</b>	<b>513</b>	<b>3,62</b>	<b>1264</b>	<b>3.61</b>	<b>482</b>	<b>3.34</b>	<b>434</b>	<b>3.08</b>
1	Pusat Penelitian dan Kerja Sama (PPKS)	432	3,63	997	3.62	106	3.38	180	3.15
1a	Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)	426	3,63	985	3.58	270	3.38		
1b	Balai Pendidikan dan Pelatihan Data	116	3,62	314	3.53	27	3.54		
2	Pusat Jaring Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)	336	3,64	943	3.65	83	3.35	84	3.06
3	Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)	104	3,6	293	3.54	48	3.36	149	3.04
4	Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)	147	3,6	375	3.50	110	3.33	215	3.06
5	Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)	175	3,61	427	3.53	121	3.39	309	3.42
6	Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)	172	3,58	406	3.50	98	3.37	160	3.03
7	Pusat Tata Ruang dan Atlas (PTRA)	142	3,61	384	3.50	192	3.35	167	3.13
8	Pusat Pengelolaan dan Penyebarluasan Informasi Geospasial (PPPIG)	189	3,58	443	3.50	122	3.42	123	3.06
9	Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)	137	3,6	316	3.52	58	3.33	117	3.12

## V. IMPLIKASI MANAJERIAL

Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) adalah kegiatan pengukuran secara komprehensif tentang tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan kebutuhan di masyarakat dalam hal pelayanan, maka unit penyelenggara pelayanan publik diharapkan untuk terus melakukan perbaikan berkelanjutan agar dapat memenuhi harapan masyarakat. Sejatinya, pelayanan publik tidak terlepas dari berbagai kepentingan umum yang dibutuhkan masyarakat guna menunjang kebutuhannya. Pelayanan publik memiliki implikasi yang luas baik untuk meningkatkan kualitas hidup sosial hingga dalam kehidupan ekonomi dan politik.

**Saat ini** setiap pelayanan publik berorientasi pada pemenuhan prinsip pelayanan prima sesuai PERMENPANRB No 17/ 2017 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. Pelayanan prima merupakan bentuk pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur yang diberikan oleh penyelenggara layanan kepada masyarakat pengguna layanan. Oleh karenanya, *assessment* obyektif dari masyarakat pengguna layanan mengenai kinerja produk dan layanan BIG (**Badan Informasi Geospasial**) menjadi hal yang krusial dalam rangka mencapai *good corporate governance* (GCG).

Implikasi manajerial pada survey IKM ini berlandaskan integrasi beberapa pendekatan teoritis yaitu pendekatan *logical framework approach* (LFA), *force field analysis* (FFA), dan *the house model*. *Logical framework approach* (LFA) meliputi identifikasi hubungan kausatif antara input, proses, dan output (Kellog 2004) yang digunakan sebagai basis alur berpikir bagan implikasi manajerial. Selanjutnya dilakukan pendekatan *force field analysis* (David 2010) untuk mengidentifikasi faktor pendukung (*exhibitors*) dan faktor penghambat (*inhibitors*) dari kuadran IPA agar dapat diformulasikan alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pengguna layanan BIG (**Badan Informasi Geospasial**). Pemetaan implikasi manajerial secara komprehensif dituangkan ke dalam kerangka *the house model* (Horovitz & Ohlsson 2007). *The house model* merupakan salah satu pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan usaha organisasi dalam mewujudkan tujuannya. Model ini memvisualisasikan organisasi sebagai rumah yang memiliki pondasi (*supporting behavior*), pilar-pilar (*key way and action*) dan atap (*dream with a deadline*). Hasil pemetaan kuadran IPA digunakan sebagai “input” dalam bagan implikasi manajerial. Selanjutnya, bagian “proses” berisi tentang rekomendasi teknis yang

berbasis hasil kajian di lapangan. Sedangkan pada tahap “output” mendeskripsikan tujuan utama yang ingin dicapai oleh objek kajian yaitu BIG (**Badan Informasi Geospasial**).

Secara umum berdasarkan kuadran IPA terdapat 4 pendekatan strategi yang dapat dilakukan BIG (**Badan Informasi Geospasial**) sebagai berikut: (a) Kuadran I (tingkat kepentingan tinggi & tingkat kinerja rendah) → *Concentrate here* → *Improve*; (b) Kuadran II (tingkat kepentingan tinggi & tingkat kinerja tinggi) → *Keep up the good work* → *Maintain*; (c) Kuadran III (tingkat kepentingan rendah & tingkat kinerja rendah) → *Low priority* → *Reduce*; (d) Kuadran IV (tingkat kepentingan rendah & tingkat kinerja tinggi) → *Possible overkill* → *Eliminate*.

Pemetaan kuadran IPA pada survey IKM pengguna layanan BIG di tahun 2021 memperlihatkan bahwa terdapat 5 atribut pelayanan publik yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya (kuadran I), yaitu Kesesuaian persyaratan (atribut A), Kemudahan prosedur (atribut B), Kewajaran biaya (atribut D), Kualitas sarana prasarana (atribut H) dan Penanganan pengaduan (atribut I). Selanjutnya dari pemetaan seluruh atribut layanan di kuadran IPA dilakukan kategorisasi faktor pendukung (*exhibitors*) dan faktor penghambat (*inhibitors*) menggunakan pendekatan *force field analysis* (FFA). Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi kualitas jasa *Assurance* dan *Empathy* merupakan dimensi yang sudah memenuhi kepuasan pengguna layanan di tahun 2021. Akan tetapi, dimensi layanan *Reliability*, *Tangibles* dan *Responsiveness* menjadi dimensi layanan yang perlu segera diperbaiki kinerjanya karena masih belum optimal dalam memenuhi tingkat kepuasan masyarakat pengguna layanan.

Atribut layanan pertama yang direkomendasikan untuk segera ditingkatkan kinerjanya adalah kesesuaian persyaratan (dimensi *Reliability*). Pada kajian ini, atribut kesesuaian persyaratan meliputi persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya. Mengacu pada PERMENPANRB No 17/ 2017 atribut ini tergolong pada aspek kebijakan pelayanan kelompok standar pelayanan. Terdapat 8 pusat layanan BIG yang memerlukan peningkatan kinerja dalam hal kesesuaian persyaratan diantaranya: (1) PPRT, (2) PPKLP, (3) PPBW, (4) PPIT, (5) PPTRA, (6) PPIIG, (7) PSKIG, dan (8) Balai Diklat. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum atribut kesesuaian persyaratan menjadi perhatian utama pengguna layanan. Beberapa rekomendasi teknis yang dapat diajukan diantaranya: (1) Adanya kejelasan persyaratan pelayanan baik teknis maupun administrasi, (2) Menyediakan persyaratan pelayanan yang terbuka dan mudah diakses, (3) Efisiensi persyaratan dalam arti bahwa

dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pelayanan serta dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan. Di sisi lain, penyusunan standar pelayanan yang melibatkan *stakeholder* dan masyarakat pengguna layanan juga menjadi hal penting, dalam rangka menyediakan layanan yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pengguna layanan.

Atribut layanan kedua yang juga menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah kemudahan prosedur (dimensi *Reliability*). Serupa dengan penilaian SKM tahun 2020, atribut layanan ini dinilai masyarakat masih perlu ditingkatkan kinerjanya. Prosedur meliputi tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima layanan. Sesuai PERMENPANRB No 17/2017 atribut ini tergolong pada aspek kebijakan pelayanan kelompok standar pelayanan. Masyarakat pengguna layanan menilai bahwa seluruh pusat layanan di BIG memerlukan perbaikan kinerja dalam hal kemudahan prosedur pelayanannya. Prosedur pelayanan yang berorientasi pada pelayanan prima akan mengedepankan setidaknya 3 unsur utama yaitu: *Convenience* (prosedur yang memberikan kesederhanaan dan kemudahan alur pelayanan), *Accessibility* (prosedur yang mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat), dan *Flexibility* (prosedur yang dirancang fleksibel menyesuaikan kebutuhan pengguna layanan). Keberadaan sistem pelayanan secara online untuk semua pusat layanan BIG sudah menjadi prioritas kebutuhan, demi tersedianya layanan yang lebih mudah diakses, sederhana, dan mudah untuk dievaluasi.

Atribut layanan ketiga yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah kewajaran biaya (dimensi *Reliability*). Kewajaran biaya pelayanan didefinisikan sebagai keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan. Meskipun pada setiap unit pelayanan BIG atribut ini tidak berada pada kuadran I, namun penilaian BIG secara keseluruhan dari masyarakat menunjukkan bahwa masih terdapat *gap* pada atribut kewajaran biaya. Pelayanan prima dalam hal biaya layanan sebaiknya berfokus pada aspek *Reputation and Credibility* yaitu pengguna layanan menyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanan atau biayanya. Beberapa rekomendasi teknis yang diajukan untuk meningkatkan kinerja atribut kewajaran biaya antara lain: (1) Adanya kejelasan dan kepastian mengenai rincian biaya/tariff pelayanan dan tatacara pembayarannya, (2) Keterbukaan mengenai rincian biaya/tariff pelayanan, (3) Adanya sistem yang tepat guna sehingga tidak memberikan ruang untuk pungutan liar.

Atribut layanan keempat yang penting untuk segera diperbaiki kinerjanya adalah kualitas sarana prasarana (dimensi *Tangibles*). Sarana terdiri dari benda bergerak yang menunjang proses penyediaan pelayanan publik. Sedangkan yang termasuk prasarana adalah benda tidak bergerak seperti gedung. Terdapat 3 unit pelayanan BIG yang memerlukan perbaikan sarana prasarana diantaranya: (1) PJKGG, (2) PPPKS, dan (3) PTIG. Kualitas sarana prasarana (sarpras) meliputi kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan informasi dan lain-lain; serta atribut pendukung pelayanan lainnya yang berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas, musik dan lain-lain. Sehingga untuk meningkatkan kualitas sarpras maka dapat dilakukan beberapa hal sebagai berikut: (1) pengecekan secara periodik kondisi sarpras dari aspek keamanan, kebersihan, kerapian dan keteraturan; (2) tersedianya sarpras bagi pengguna layanan berkebutuhan khusus; (3) tersedianya peralatan penunjang patuh protokol kesehatan COVID-19.

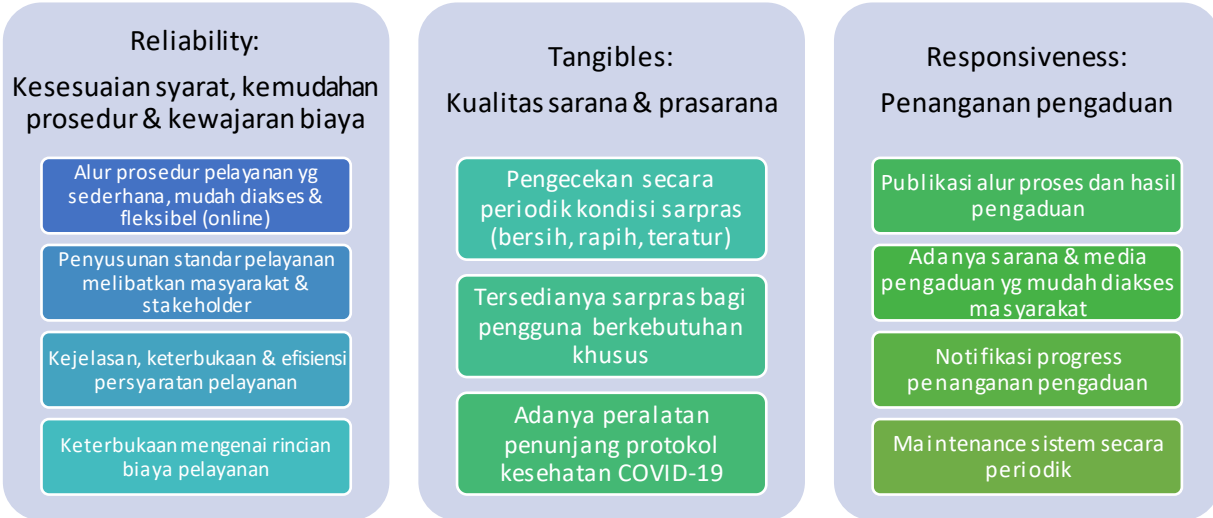
Terakhir, atribut layanan kelima yang menjadi prioritas untuk segera diperbaiki kinerjanya adalah penanganan pengaduan (dimensi *Responsiveness*). Lingkup dari penanganan pengaduan adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjutnya. Berdasarkan PERMENPANRB No 17/ 2017 atribut ini tergolong pada aspek konsultasi dan pengaduan. Terdapat 6 unit pelayanan BIG yang memerlukan perbaikan dalam hal penanganan pengaduan diantaranya: (1) PJKGG, (2) PPRT, (3) PPBW, (4) PPIIG, (5) PPPKS, dan (6) PTIG. Dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, atribut penanganan pengaduan masih menjadi tantangan tersendiri bagi BIG dikarenakan posisinya yang sama dengan penilaian SKM 2019 dan SKM 2020. Perbaikan dalam sistem penanganan pengaduan sebaiknya dilakukan secara sistematis. Pada tahap awal, dapat dimulai dengan menyediakan SOP atau alur proses dan hasil pengaduan dalam bentuk *Frequently Asked Questions (FAQ)* yang di *publish* dan mudah diakses masyarakat. Pada tahap selanjutnya, menyediakan sarana dan media pengaduan yang mudah diakses seluruh lapisan masyarakat dan juga mengembangkan sistem notifikasi *progress* penanganan pengaduan yang informatif bagi masyarakat. Pemberian informasi mengenai *progress* penanganan tersebut mencerminkan *service excellent* yang diberikan BIG kepada masyarakat pengguna. Pada tahap akhir, dapat dilakukan *preventive approach* seperti *maintenance* sistem aplikasi penanganan pengaduan satu pintu secara periodik.

Implementasi kerangka the house model memerlukan pondasi yang kuat berupa *supporting behavior* dari internal manajemen organisasi BIG. Pondasi ini dapat dilakukan melalui penguatan budaya inovasi di internal BIG dengan mengembangkan konsep *innovation award*, komitmen manajemen puncak melalui penerapan sistem penghargaan dan sanksi, serta konsistensi *service excellent behavior* oleh seluruh aparatur sipil negara di setiap unit pelayanan BIG. Selanjutnya perbaikan berkelanjutan (*key way*) akan menjadi pilar dalam mencapai *dream* dari *the house model* yaitu sebagai penyelenggaran informasi geospasial yang andal dan berorientasi pada peningkatan kepuasan pengguna layanan. Tentunya pelaksanaan layanan perlu diselaraskan dengan seluruh dimensi kualitas jasa pada aspek *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* yang berbasis pada kebutuhan masyarakat pengguna layanan (*customer driven*).

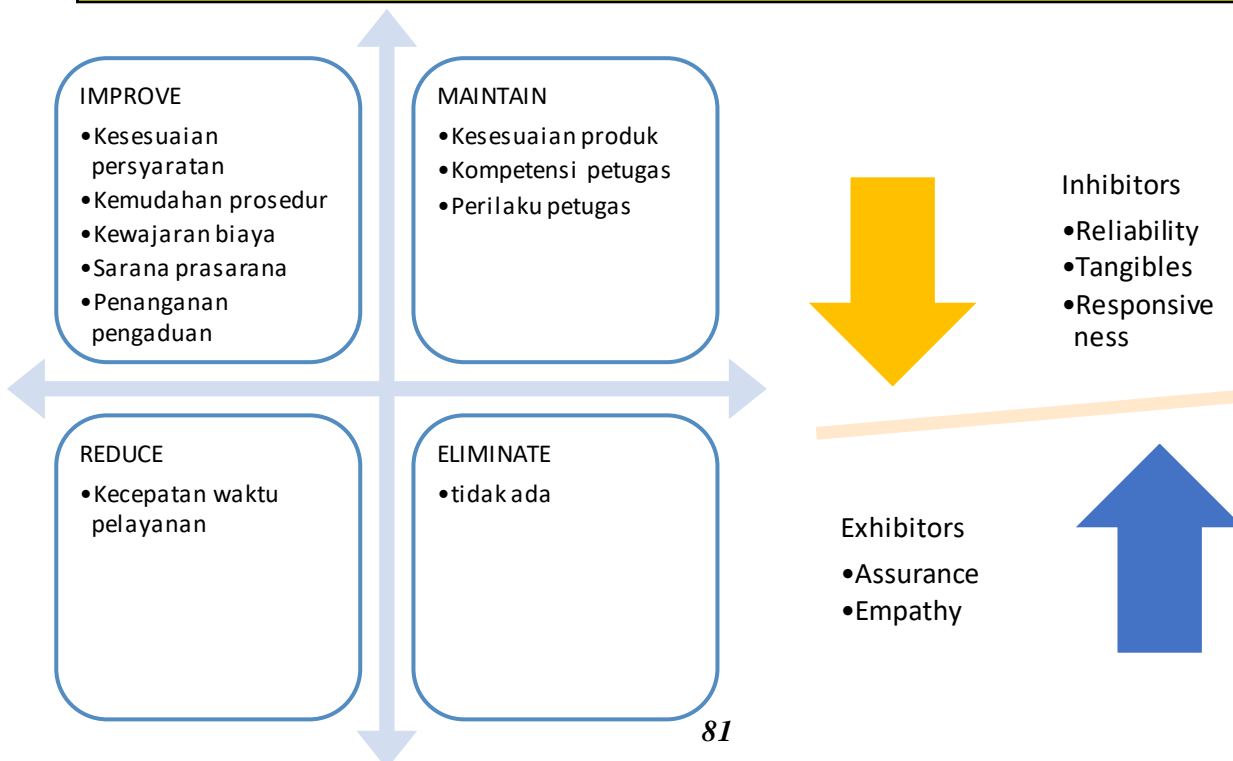
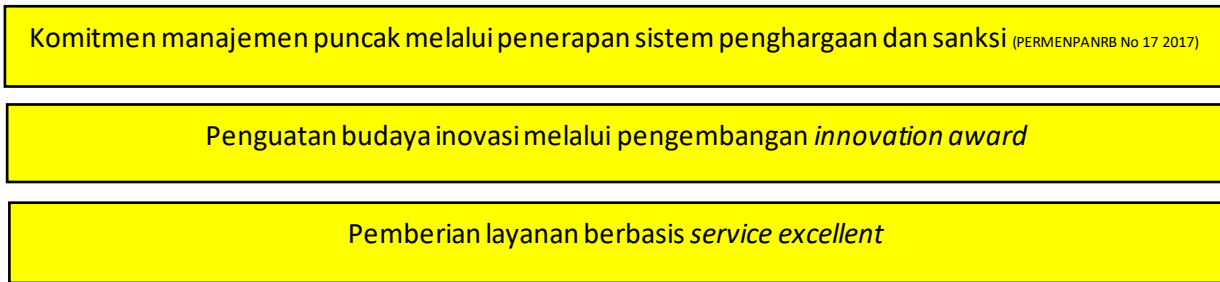


Menjadi Penyelenggara Informasi Geospasial yang Andal dan Berorientasi Pada Peningkatan Kepuasan Pengguna Layanan

Output



Proses



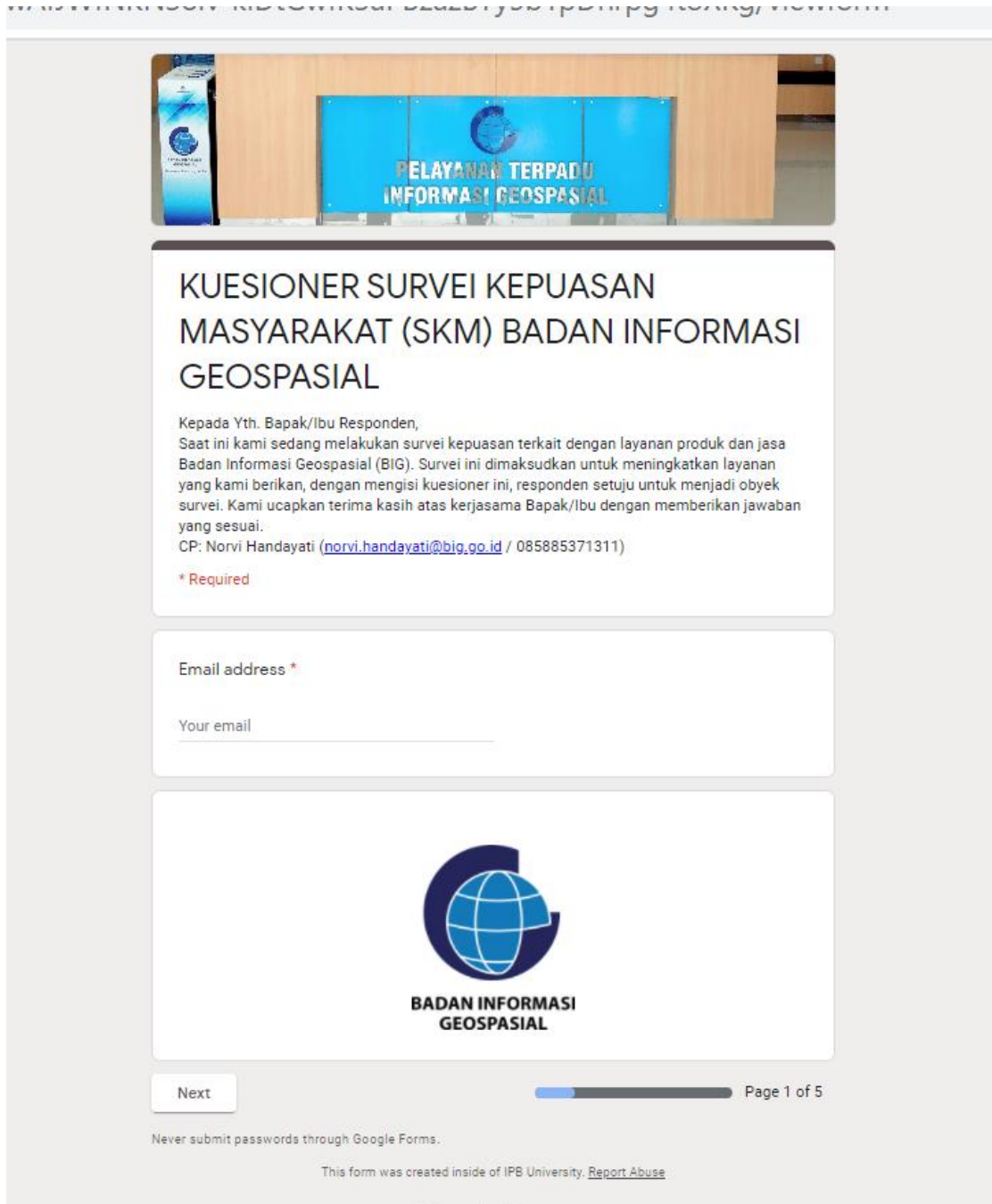
Input

# **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Kuesioner Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) 2021

Kuesioner disusun secara online dan dapat diakses melalui: [ipb.link/kuesioner-ikm-big](http://ipb.link/kuesioner-ikm-big)

Halaman depan dari kuesioner sebagai berikut:



The screenshot shows the first page of a Google Form titled "KUESIONER SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT (SKM) BADAN INFORMASI GEOSPASIAL". At the top, there is a banner image of a service counter with the text "PELAYANAN TERPADU INFORMASI GEOSPASIAL". Below the banner, the title is displayed in large, bold, black letters. The main text of the form is in Indonesian, explaining the purpose of the survey and providing contact information for the respondent. A red asterisk indicates a required field for the email address. The form includes a "Next" button and a progress indicator showing "Page 1 of 5". At the bottom, there is a footer with the text "Never submit passwords through Google Forms." and "This form was created inside of IPB University. Report Abuse".


**KUESIONER SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT (SKM) BADAN INFORMASI GEOSPASIAL**

Kepada Yth. Bapak/Ibu Responden,  
Saat ini kami sedang melakukan survei kepuasan terkait dengan layanan produk dan jasa Badan Informasi Geospasial (BIG). Survei ini dimaksudkan untuk meningkatkan layanan yang kami berikan, dengan mengisi kuesioner ini, responden setuju untuk menjadi obyek survei. Kami ucapkan terima kasih atas kerjasama Bapak/Ibu dengan memberikan jawaban yang sesuai.  
CP: Norvi Handayati ([norvi.handayati@big.go.id](mailto:norvi.handayati@big.go.id) / 085885371311)

\* Required

Email address \*

Your email \_\_\_\_\_

  
**BADAN INFORMASI GEOSPASIAL**

Next Page 1 of 5

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of IPB University. [Report Abuse](#)

Lampiran 2 Tabel Jumlah produk dan Responden per layanan pada masing-masing pusat di BIG

No	Pusat	Jumlah produk	Jumlah responden pengguna
1	<b>Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)</b>	2	<b>172</b>
	Layanan Peta Tematik		138
	Layanan Konsultasi		71
2	<b>Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)</b>	3	<b>147</b>
	Konsultasi Penegasan dan Penetapan Batas Wilayah		114
	Konsultasi Perhitungan Luas Wilayah Administrasi		52
	Layanan Jasa Pembuatan Peta Batas Wilayah		45
3	<b>Pusat Pengelolaan dan Penyebarluasan Informasi Geospasial (PPPIG)</b>	4	<b>189</b>
	Layanan Ina-Geoportal		135
	Layanan Instalasi PALAPA		19
	Layanan Pengembangan WEB GIS		72
	Layanan Simpul Jaringan		69
4	<b>Pusat Tata Ruang dan Atlas (PTRA)</b>	4	<b>142</b>
	Asistensi Pemetaan RTRW dan RDTR		90
	Bimbingan Teknis NSDA		18
	Layanan Produk Atlas		41
	TOT Asistensi Peta Tata Ruang		37
5	<b>Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)</b>	7	<b>137</b>
	Layanan Konsultasi Akreditasi Lembaga		23
	Layanan Sertifikasi Tenaga Profesional		35
	Layanan Sertifikasi Penyedia Jasa Bidang IG		33
	Layanan Konsultasi SKNI dan KKNI		24
	Layanan Konsultasi Standarisasi Bidang IG		46
	Layanan Pembinaan Simpul Jaringan		59
	Layanan Pembinaan PPIDS		22
6	<b>Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)</b>	5	<b>175</b>
	Bimbingan Teknis Toponim		49
	Layanan Orthorektifikasi Citra		51
	Layanan Pembuatan Unsur Peta Dasar		83
	Layanan Akuisisi Data		44
	Layanan Titik GCP		58
7	<b>Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)</b>	2	<b>104</b>
	Konsultasi Teknis Garis Pantai		90
	Konsultasi Perhitungan Pulau		31
8	<b>Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPKS)</b>	6	<b>432</b>

No	Pusat	Jumlah produk	Jumlah responden pengguna
	<b>Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)</b>	4	<b>426</b>
	Pembelian Peta Cetak		54
	Pengambilan data nol rupiah		313
	Pembelian Data Digital		46
	Konsultasi Jasa		103
	<b>Balai Pendidikan dan Pelatihan</b>	2	<b>116</b>
	Layanan Diklat Teknis		91
	Layanan Diklat Fungsional		40
9	<b>Pusat Jaring Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)</b>	5	<b>336</b>
	Layanan Data RINEX/CORS		241
	Layanan Data Pasang Surut		49
	Layanan Pengolahan GPS		73
	Layanan RTK		43
	Layanan SRGI		74

