




LAPORAN AKHIR

SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT
BADAN INFORMASI GEOSPASIAL
TAHUN 2022



2022



DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Tujuan Pelaksanaan Kegiatan	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Publik	8
2.2 Kualitas Pelayanan Publik	9
2.3 Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik	10
2.4 Indeks Kepuasan Masyarakat	12
2.5 Importance Performance Analysis (IPA)- Consumer Satisfaction Index (CSI)	14
III. DATA DAN METODOLOGI	17
3.1 Data	17
3.2 Metodologi	17
3.2.1 Metodologi Pengumpulan Data	17
3.2.2 Metodologi Analisis Data	17
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Deskripsi Responden	20
4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden	22
4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)	26
4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG	26
4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG	34
4.3.3 Nilai IKM Perpusat di Badan Informasi Geospasial	46
4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG)	70
4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022	72
V. IMPLIKASI MANAJERIAL	75

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	23
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	23
Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna	24
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.....	36
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.....	44
Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG	46
Gambar 26 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan pusat di BIG	47
Gambar 27 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan pusat di BIG	47
Gambar 28 Sebaran nilai IKM berdasarkan pusat di BIG	48
Gambar 29 Diagram IPA Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG).....	50
Gambar 30 Diagram IPA Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)	52
Gambar 31 Diagram IPA Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP).....	54
Gambar 32 Diagram IPA Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)	56
Gambar 33 Diagram IPA Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)	59
Gambar 34 Diagram IPA Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA).....	61
Gambar 35 Diagram IPA Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG).....	62
Gambar 36 Diagram IPA Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)	65
Gambar 37 Diagram IPA produk dan layanan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)	67
Gambar 38 Diagram IPA produk dan layanan Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial	68
Gambar 39 Diagram IPA produk dan layanan Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)	70
Gambar 40 Diagram IPA produk dan layanan BIG.....	72
Gambar 41 Perkembangan IKM BIG 2018-2021.....	73

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 Telepon WA/ SMS	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 11 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)	49
Tabel 12 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)	52
Tabel 13 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP)	54
Tabel 14 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)	56
Tabel 15 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan dan Integrase Tematik (PPIT)	58
Tabel 16 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA)	60
Tabel 17 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)	62
Tabel 18 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Standarisasi dan Kelembagaan Informasi Geospasial (PSKIG)	64
Tabel 19 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)	66
Tabel 20 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial (Balai Diklat)	67
Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)	69
Tabel 22 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut produk dan layanan BIG	71
Tabel 23 Perbandingan jumlah responden pengguna produk/layanan dan nilai IKM tahun 2018 s.d 2022	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) 2021	82
--	----

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu luaran dari reformasi birokrasi adalah mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Seluruh instansi pemerintah baik pada level pusat, daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan publik yang berorientasi pada kepentingan masyarakat (*customer driven*) dalam setiap jasa pelayanan publik. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, pelayanan publik meliputi 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. Konsep *good governance* mendorong setiap instansi pemerintah untuk terus memberikan kinerja pelayanan yang baik dari waktu ke waktu.

Salah satu cara meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah dengan menyusun Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang juga berfungsi sebagai kinerja setiap instansi pemerintah. Sesuai dengan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 tahun 2017, setiap instansi pemerintah wajib melakukan survey Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) secara berkala minimal 1 (satu) kali setahun terhadap layanan publik yang telah diberikan kepada masyarakat. Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) digunakan sebagai dasar penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat secara nasional oleh Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Pelaksanaan SKM dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip transparansi, partisipatif, akuntabel, berkesinambungan, keadilan dan netralitas. Pada SKM ini, dilakukan pengukuran secara komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik. Sehingga, melalui survei ini dapat diketahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik di tahun selanjutnya sebagai perwujudan konsep *good governance*.

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, 2021 dan 2022,
- 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 & Amstrong (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

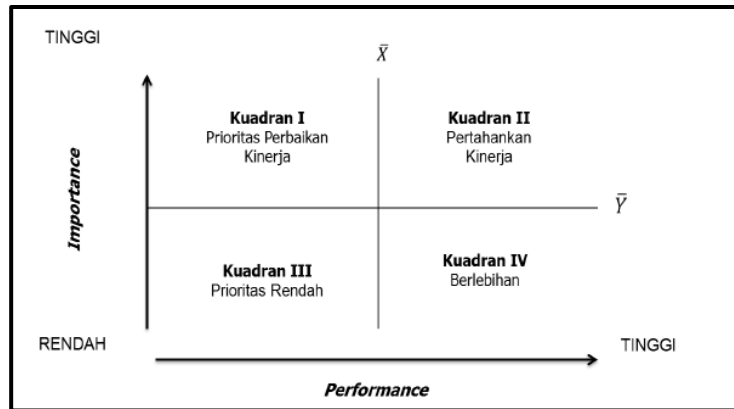
Keterangan: 25 adalah nilai dasar; nilai persepsi 1 = tidak sesuai, 2 = kurang sesuai, 3 = sesuai, 4 = sangat sesuai.

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 *kartesius* 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 kartesius 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 kartesius 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 4) kemudian dikali 100%.

III. DATA DAN METODOLOGI

3.1 Data

Pengambilan data dilakukan tanggal 11 Januari sampai dengan 31 Oktober 2022. Sebanyak 612 responden diperoleh dari kegiatan ini. Terdapat 141 responden yang belum pernah menggunakan layanan BIG. Oleh karena itu, jumlah kuesioner valid yang diperoleh adalah sebanyak 471 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. 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, 2020, dan 2021.

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 atau lebih.

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 IKM nya 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

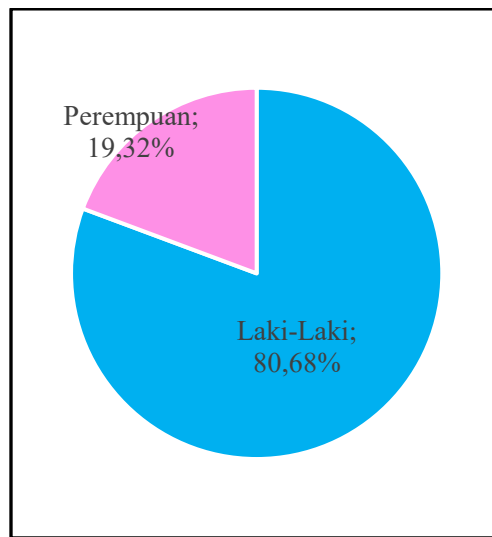
Perhitungan nilai indeks kepuasan bagi BIG yang dimaksud mencakup nilai indeks kepuasan pengguna produk dan layanan BIG. Nilai ini diperoleh dengan menggunakan formula *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hal ini dikarenakan baik produk maupun layanan memiliki atribut-atribut dalam pengukurannya.

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

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

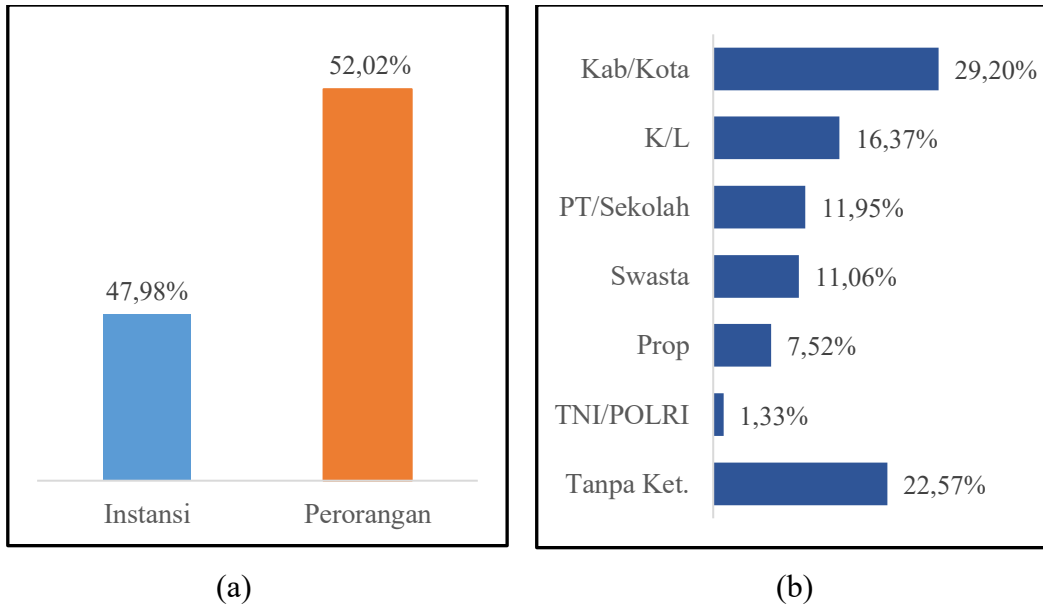
4.1 Deskripsi Responden

Total responden yang dianalisis adalah sebanyak 471 responden. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Gambar 2. Pada survei ini responden didominasi oleh responden laki-laki. Responden terdiri dari 80,68% responden laki-laki dan 19,32% responden perempuan.



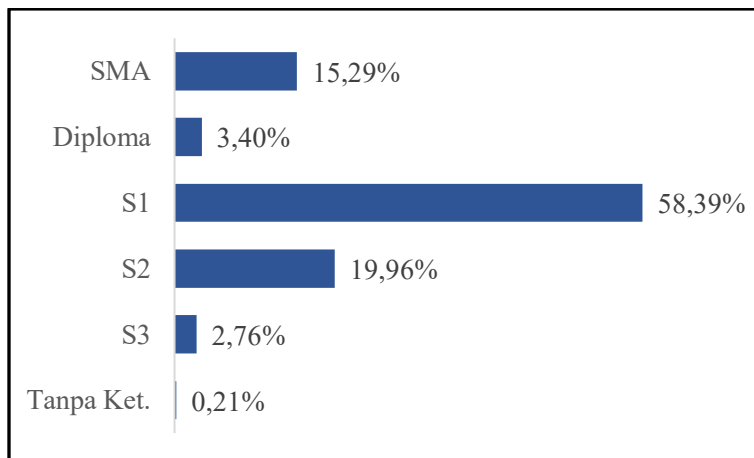
Gambar 2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna disajikan pada Gambar 3a. Terdapat 47,98% responden merupakan perwakilan dari instansi dan 52,02% 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 Pemerintah Daerah Kabupaten/ Kota (29,20%). Terdapat 16,37% responden berasal dari Kementerian dan Lembaga (K/L) dan 11,95% responden berasal dari perguruan tinggi dan sekolah. Responden yang berasal dari swasta sebesar 11,06%, pemerintah provinsi sebesar 7,52%, TNI/POLRI sebesar 1,33%, serta sebanyak 22,57% responden tidak menuliskan asal instansinya.



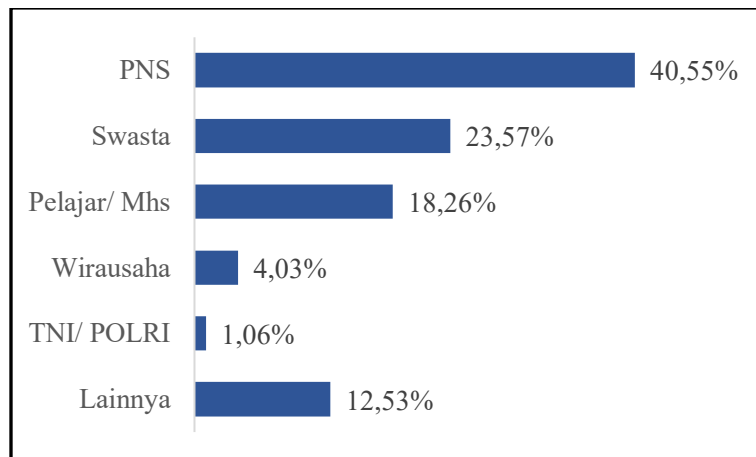
Gambar 3 (a) Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna (b) sebaran responden berdasarkan asal instansinya

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 58,39%. Sebanyak 19,96% responden bergelar master dan 2,76% responden bergelar doktor. Selain itu terdapat 3,40% responden berpendidikan terakhir diploma dan 15,29% 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

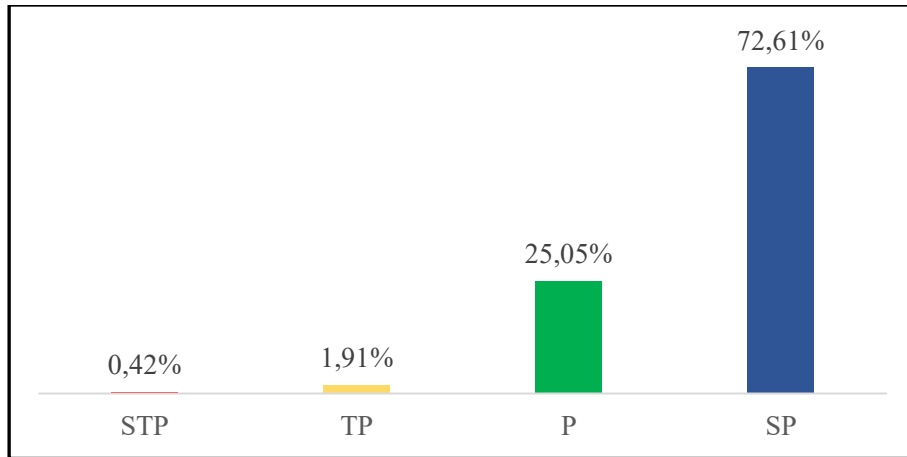
Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaannya didominasi oleh responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), yaitu sebanyak 40,55%, sedangkan responden yang paling sedikit berasal dari TNI/POLRI dan wirausaha yaitu sebanyak 1,06% dan 4,03%. Selain itu sebanyak 23,57% responden berasal dari sektor swasta, 18,26% responden merupakan pelajar/mahasiswa, dan sebanyak 12,53% 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

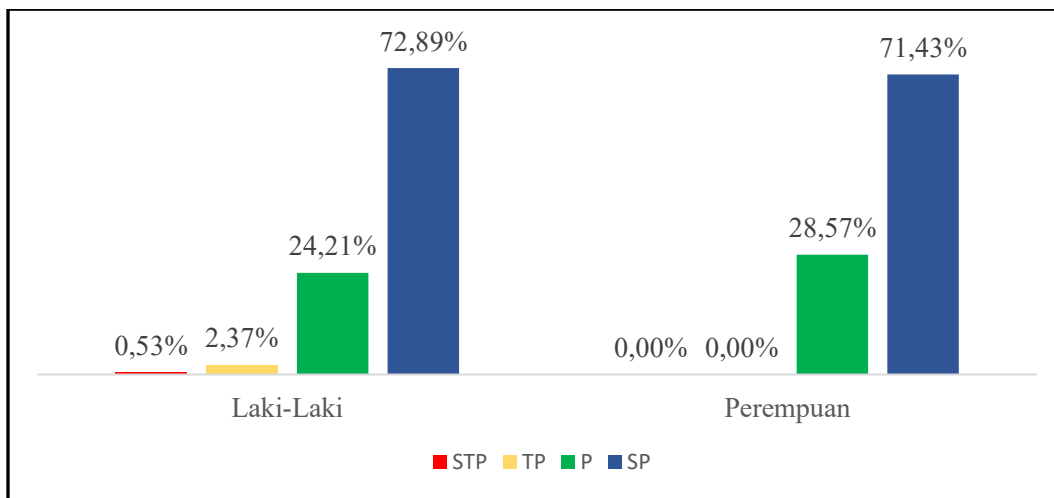
4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden

Secara umum responden sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BIG. Hal ini ditunjukkan pada Gambar 6. Sebanyak 77,61% responden merasa sangat puas dan 25,05% responden merasa puas terhadap pelayanan yang diperoleh dari Badan Informasi Geospasial. Hanya terdapat sedikit responden yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diperoleh di BIG yaitu sebesar 6,91% dan sebanyak 0,42% responden merasa sangat tidak puas dengan pelayanan Badan Informasi Gespasial.



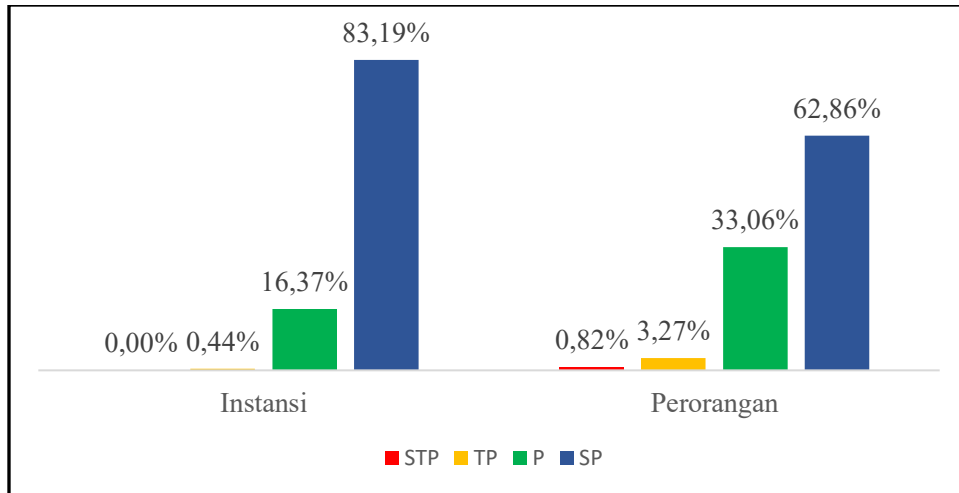
Gambar 6 Sebaran responden berdasarkan tingkat kepuasannya

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 3% baik pada kelompok responden laki-laki maupun perempuan yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG.



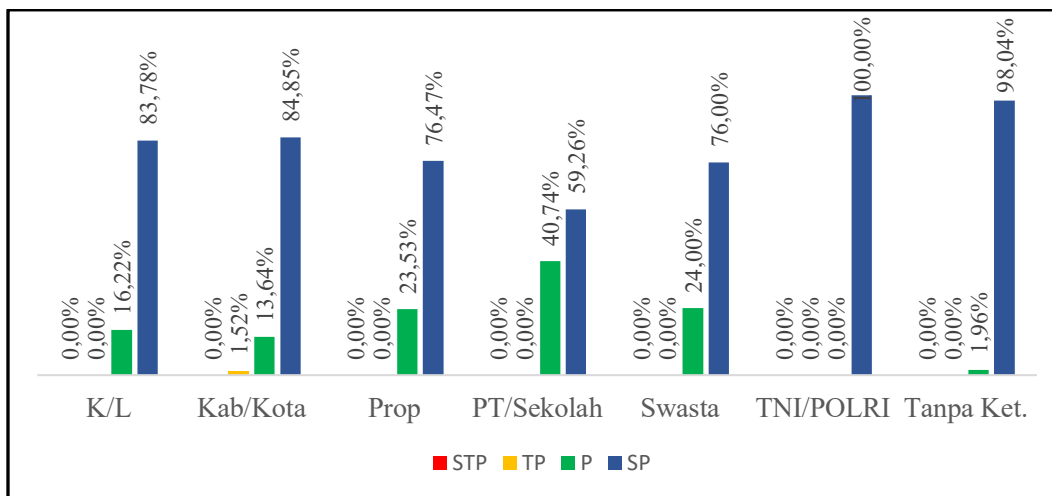
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin

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 5%. Responden yang perorangan memiliki persentase responden yang merasa tidak puas dengan pelayanan BIG sedikit lebih banyak dibandingkan responden yang mewakili instansi.



Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna

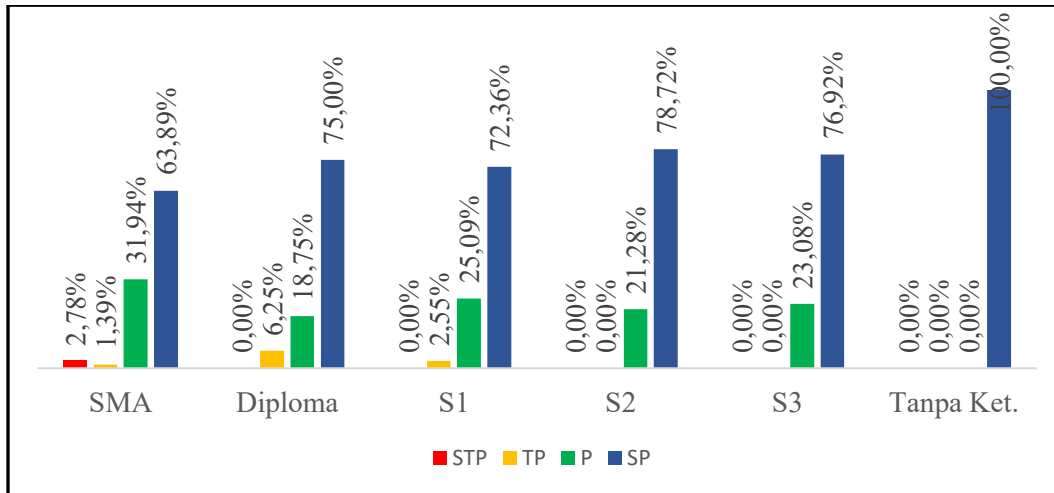
Gambar 9 menyajikan informasi mengenai deskripsi tingkat kepuasan responden berdasarkan instansi yang diwakilinya. Pada gambar tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden sudah merasa sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Namun demikian terdapat sedikit responden yang tidak puas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



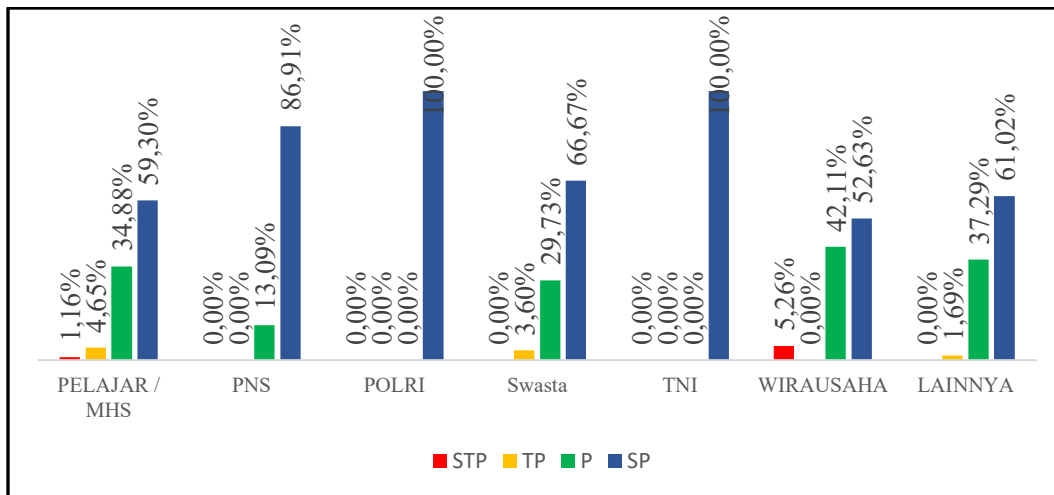
Gambar 9 Profil responden berdasarkan asal instansinya

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. Hanya terdapat sedikit responden yang merasa tidak puas dan sangat tidak puas

terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Responden yang merasa sangat tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh BIG memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 2,78% responden. Selain itu, terdapat kurang dari 3% responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, Diploma, dan S1 yang merasa tidak puas. Responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, yaitu responden yang bergelar Master dan Doktor, semuanya merasa puas bahkan sangat puas terhadap kinerja BIG.



Gambar 10 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir



Gambar 11 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan

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. Terdapat responden yang menyatakan sangat tidak puas terhadap layanan yang diberikan BIG. Responden tersebut berasal dari wirausahawan dan pelajar/ mahasiswa.

4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

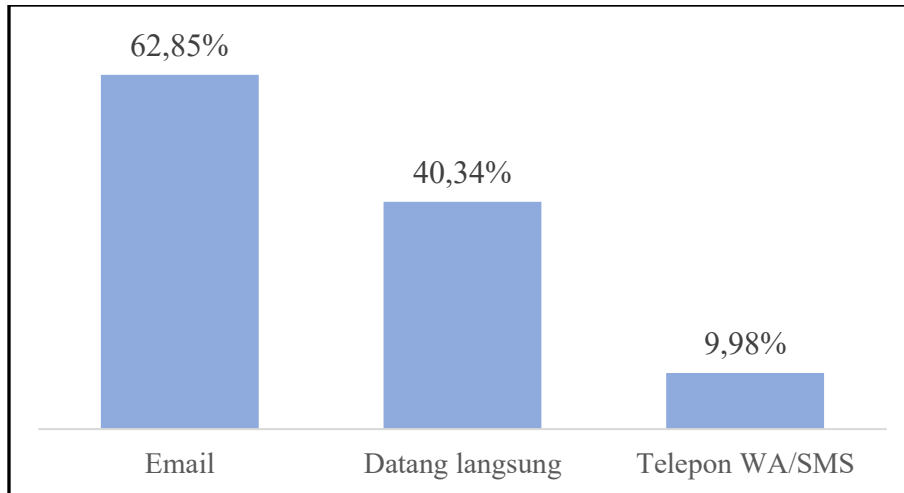
Nilai IKM dihitung menggunakan analisis *Importance Performance Analysis (IPA)-Customer Satisfaction Index (CSI)*. Melalui analisis IPA dapat mengukur hubungan antara apa yang diharapkan oleh pengguna dengan apa yang dirasakan oleh pengguna saat ini terhadap produk/layanan. IPA ditampilkan melalui diagram 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.

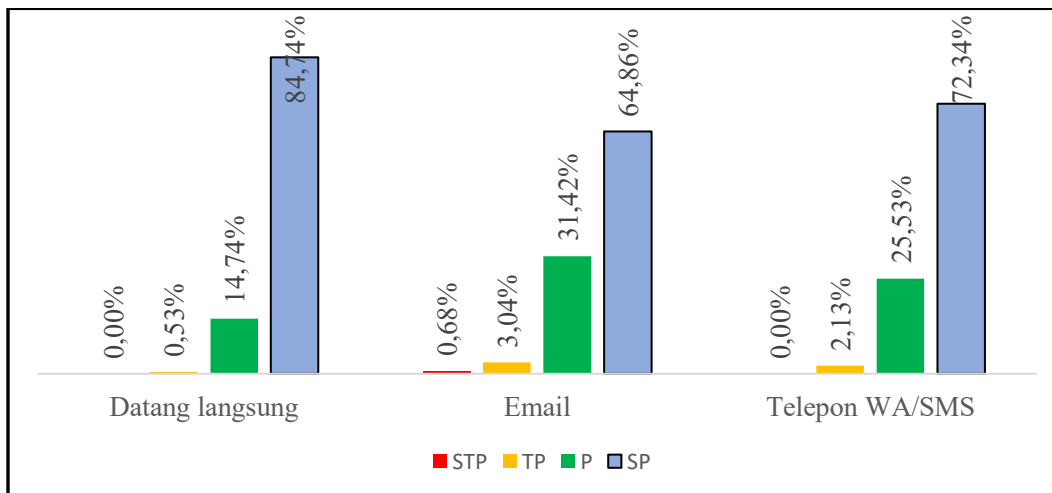
4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG

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 62,85% responden. Selain itu terdapat 40,34% responden yang mendapatkan produk/layanan BIG melalui Datang langsung dan sebanyak 9,98% responden mendapatkan produk/layanan BIG melalui Telepon/WA/SMS.



Gambar 12 Persentase responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

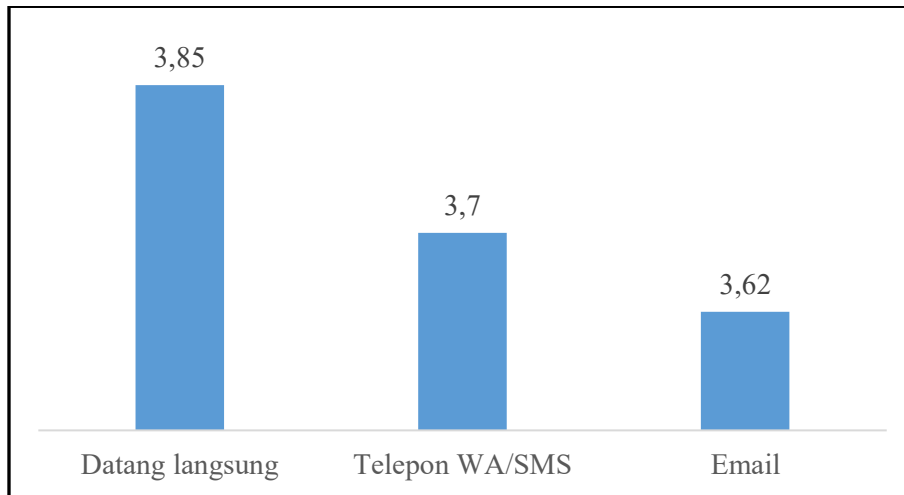
Tingkat kepuasan responden berdasarkan cara memperoleh layanan disajikan pada Gambar 13. Mayoritas responden merasa sangat puas dan puas terhadap layanan yang telah diterimanya. Hanya sebagian kecil responden yang merasa tidak puas dan sangat tidak puas (kurang dari 5%) dengan layanan yang telah diberikan 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 paling tinggi yaitu sebesar 3,85. Nilai IKM pada cara perolehan layanan melalui telepon/WA/SMS memiliki nilai IKM paling rendah, yaitu sebesar

3,62. Selain itu, nilai IKM layanan melalui email yaitu sebesar 3,70. Ketiga nilai IKM ini berada diatas 3,53, yang berarti bahwa secara umum seluruh responden merasa puas terhadap layanan yang mereka peroleh dari BIG melalui tiga acara yang tersedia.



Gambar 14 Nilai IKM berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

4.3.1.1 Datang Langsung

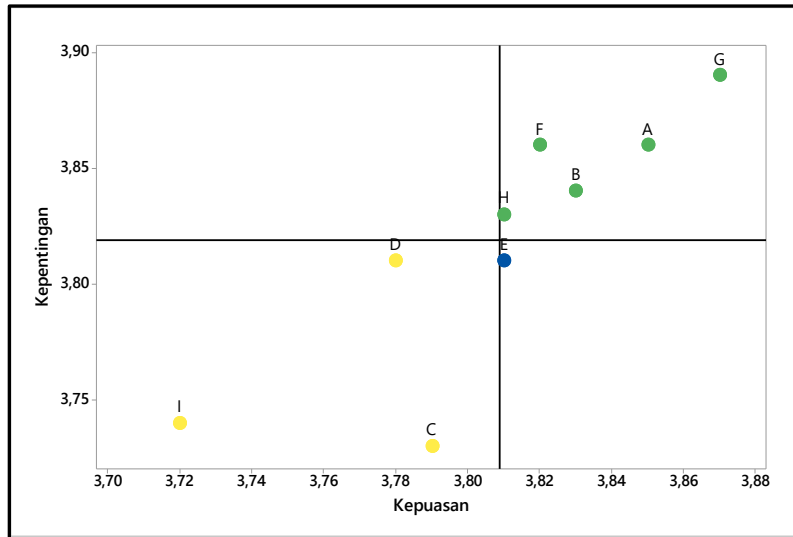
Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan datang langsung adalah 3,85 dengan presentase IKM sebesar 96,25%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan datang langsung dinilai sangat baik menurut 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. 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 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	3.85	96.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.83	95.75%	A
C	Kecepatan waktu	3.79	94.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.78	94.50%	A
E	Kesesuaian Produk	3.81	95.25%	A
F	Kompetensi petugas	3.82	95.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.87	96.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.81	95.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.72	93.00%	A

Diagram IPA untuk layanan datang langsung disajikan pada Gambar 15. Gambar 15 memperlihatkan bahwa tidak terdapat atribut yang berada pada **kuadran I**. Hal ini berarti semua atribut sudah dinilai baik oleh responden. Kuadran III ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** yang merupakan atribut pelayanan yang **dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil** oleh karena itu memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan sehingga meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** berada pada **Kuadran 4** dimana atribut ini dinilai telah memiliki **performa yang bagus namun menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah**. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **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.



Gambar 15 Diagram IPA layanan yang diperoleh dengan cara datang langsung

4.3.1.2 Email

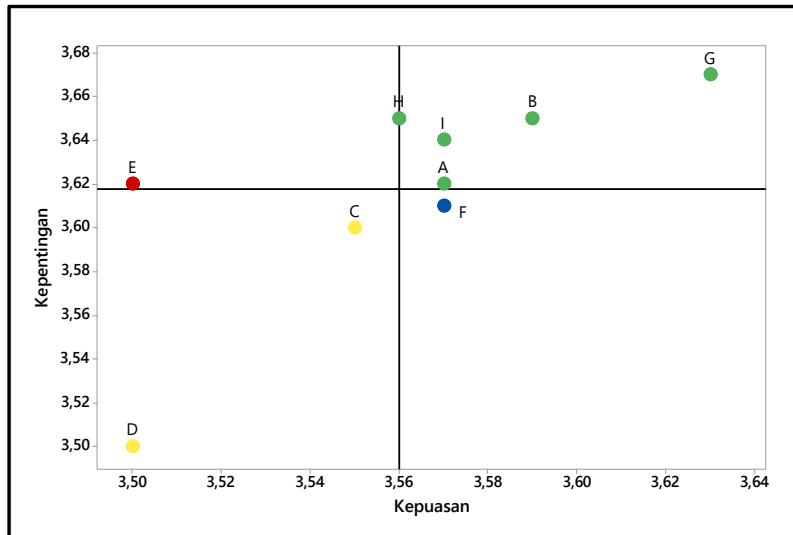
Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan email adalah 3,62 dengan presentase IKM sebesar 90,50%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan email dinilai sangat baik menurut responden pengguna 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. Secara umum responden sangat puas terhadap pelayanan email yang diperoleh dari BIG, namun demikian terdapat dua atribut yang berada pada mutu pelayanan B atau kinerja layanan dinilai baik oleh responden yaitu pada atribut **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan pada cara perolehan layanan dengan 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	3.57	89.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.59	89.75%	A
C	Kecepatan waktu	3.55	88.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.50	87.50%	B
E	Kesesuaian Produk	3.50	87.50%	B
F	Kompetensi petugas	3.57	89.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.63	90.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.56	89.00%	A
I	Penanganan pengaduan	3.57	89.25%	A

Gambar 16 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk layanan yang diperoleh dengan cara email. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yang menjadi prioritas perbaikan bagi layanan dengan cara email. Atribut tersebut adalah **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**. 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-atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Atribut yang dinilai telah memiliki **performa yang bagus namun menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah** adalah atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**. Sama dengan cara sebelumnya yaitu datang langsung, atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan**

(E), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), serta Penanganan pengaduan pengguna layanan (I) 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

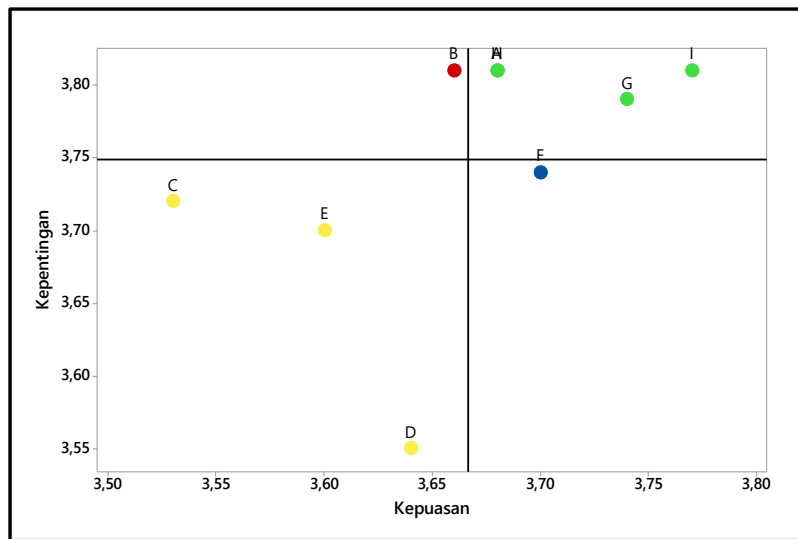
Nilai IKM pada cara perolehan layanan dengan Telepon/WA/SMS adalah 3,70 dengan presentase IKM sebesar 92,50%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dengan Telepon/WA/SMS dinilai sangat baik menurut 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 Telepon/WA/SMS disajikan pada Tabel 4. Secara umum responden menilai kinerja melalui telepon/ WA/ SMS yang diperoleh dari BIG sudah baik, namun demikian terdapat satu atribut yang berada pada mutu pelayanan B atau kinerja layanan dinilai baik oleh responden yaitu pada atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan pada cara perolehan layanan dengan datang langsung adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Telepon WA/ SMS

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.68	92.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.66	91.50%	A
C	Kecepatan waktu	3.53	88.25%	B
D	Kewajaran biaya	3.64	91.00%	A
E	Kesesuaian Produk	3.60	90.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.70	92.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.74	93.50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.68	92.00%	A
I	Penanganan pengaduan	3.77	94.25%	A

Diagram IPA dan saran perbaikan bagi layanan melalui telepon/WA/SMS disajikan pada Gambar 17. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut pada perolehan layanan melalui Telepon/WA/SMS yaitu atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang **harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya**. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, 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. Atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** berada pada **Kuadran 4** dimana atribut ini dinilai telah memiliki **performa yang bagus namun menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah**. Kuadran III ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **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.

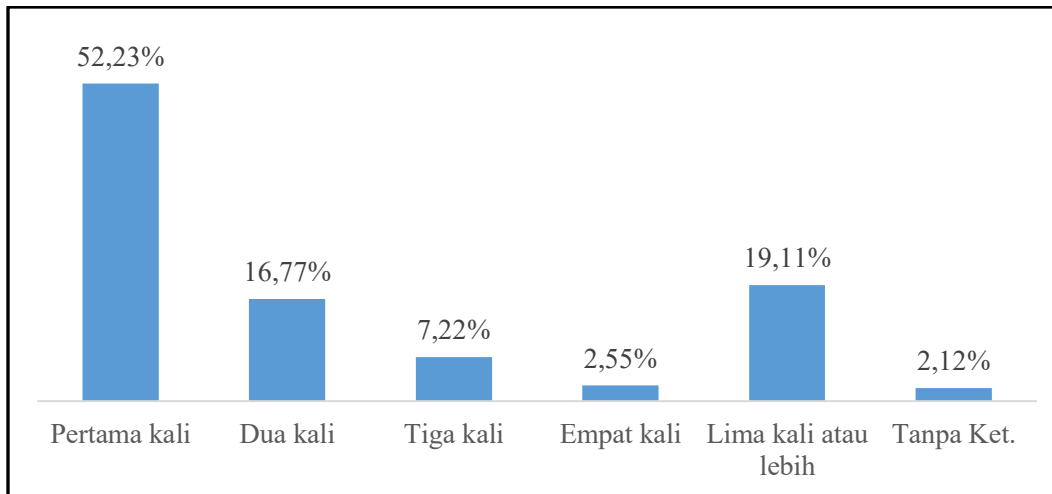


Gambar 17 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui telepon/ WA/ SMS

4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG

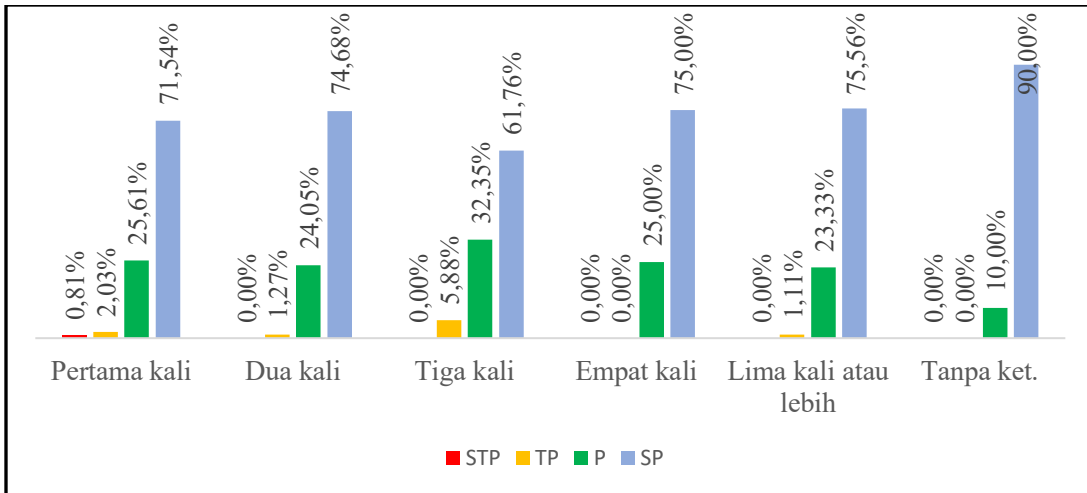
Setiap responden yang telah selesai memperoleh layanan dari BIG mengisi kuesioner sehingga seorang pengguna produk/layanan BIG dapat mengisi kuesioner lebih dari satu kali tergantung dari frekuensi responden dalam mendapatkan layanan dari BIG. Pada survei ini terdapat enam frekuensi yang diukur yaitu, pertama kali, dua kali, tiga kali, empat kali, lima kali, dan lebih dari lima kali responden mendapatkan layanan dari BIG. Namun demikian responden yang menjawab menerima layanan dari BIG sebanyak lima kali hanya satu responden, sehingga untuk analisis frekuensi perolehan layanan lima kali digabung dengan yang lebih dari lima kali. 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 52,23%,

sedangkan responden yang paling sedikit merupakan responden yang telah mendapatkan layanan dari BIG sebanyak empat kali, yaitu sebanyak 2,55%. Responden yang mendapatkan layanan dari BIG sebanyak dua kali sebanyak 16,77%, tiga kali sebanyak 7,22%, lima kali atau lebih 19,11%, dan tanpa keterangan sebanyak 2,12%.



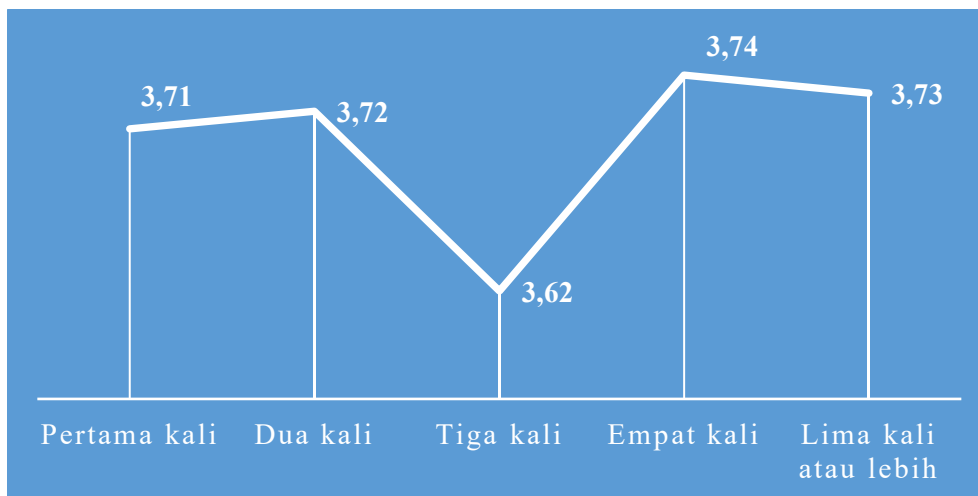
Gambar 18 Persentase responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

Profil responden berdasarkan frekuensinya mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 19. Secara umum, mayoritas responden merasa sangat puas dan puas terhadap layanan yang diterima layanan dari BIG. Terdapat sedikit responden yang merasa sangat tidak puas (kurang dari 1%) terhadap layanan yang diberikan oleh BIG. Paling banyak responden merasa tidak puas dengan pelayanan yang diperoleh dari BIG terdapat pada responden dengan frekuensi kedatangan tiga kali (5,88%) sedangkan seluruh responden dengan frekuensi empat 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 lima kali atau lebih. Nilai IKM maksimum adalah ketika responden mendapatkan layanan dari BIG sebanyak empat kali, yaitu sebesar 3,74.



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 3,71 dengan persentase IKM sebesar 92,75%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai

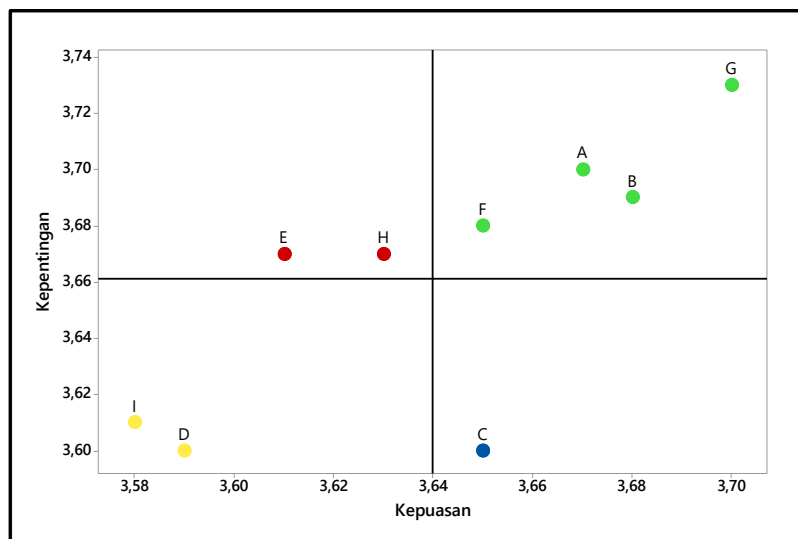
ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan pertama kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak satu kali disajikan pada Tabel 5. 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 pada responden yang mendapatkan layanan pertama kali adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.

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	3.67	91.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.68	92.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.65	91.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.59	89.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.61	90.25%	A
F	Kompetensi petugas	3.65	91.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.7	92.50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.63	90.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.58	89.50%	A

Gambar 21 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang baru pertama kali mendapatkan layanan dari BIG. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya atribut yang mendapatkan prioritas untuk perbaikan adalah **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Hal ini karena atribut tersebut memiliki nilai kepentingan

yang lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan yang dirasakan responden. Atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan adalah **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** 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)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, serta, 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. Atribut **Kecepatan Waktu dalam Memberikan Pelayanan (C)** dinilai sangat baik oleh responden karena nilai kepuasan yang dirasakan responden lebih tinggi dibandingkan nilai kepentingannya.



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 3,72 dengan persentase IKM sebesar 93,00%. 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. Hal ini

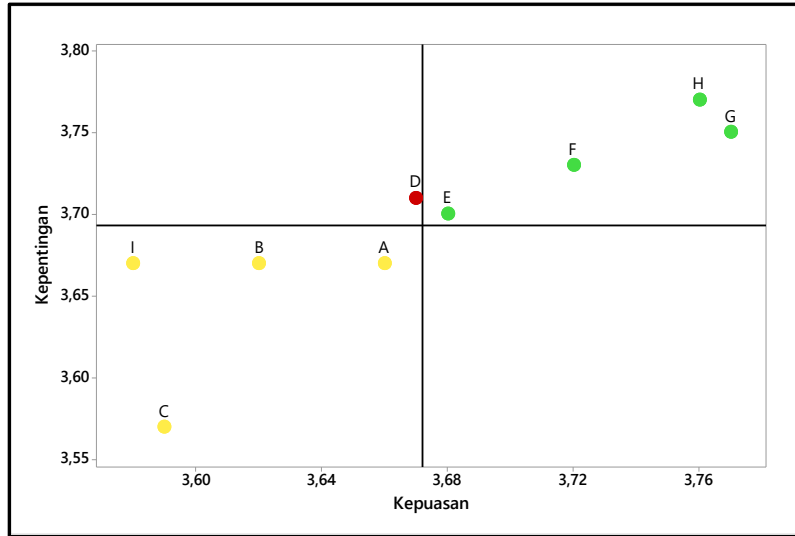
ditunjukkan dengan penilaian seluruh atribut yang berada pada mutu pelayanan A atau kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden. Skor tertinggi untuk aspek/unsur pada responden yang mendapatkan layanan dua kali adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan.

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	3.66	91.50%	A
B	Kemudahan prosedur	3.62	90.50%	A
C	Kecepatan waktu	3.59	89.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.67	91.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.68	92.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.72	93.00%	A
G	Perilaku Petugas	3.77	94.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.76	94.00%	A
I	Penanganan pengaduan	3.58	89.50%	A

Diagram IPA dan saran perbaikan bagi responden yang telah mendapatkan layanan dari BIG sebanyak dua kali disajikan pada Gambar 22. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat atribut **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan 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 serta **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 **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**,

Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B),Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C), serta, Penanganan pengaduan pengguna layanan (I) 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

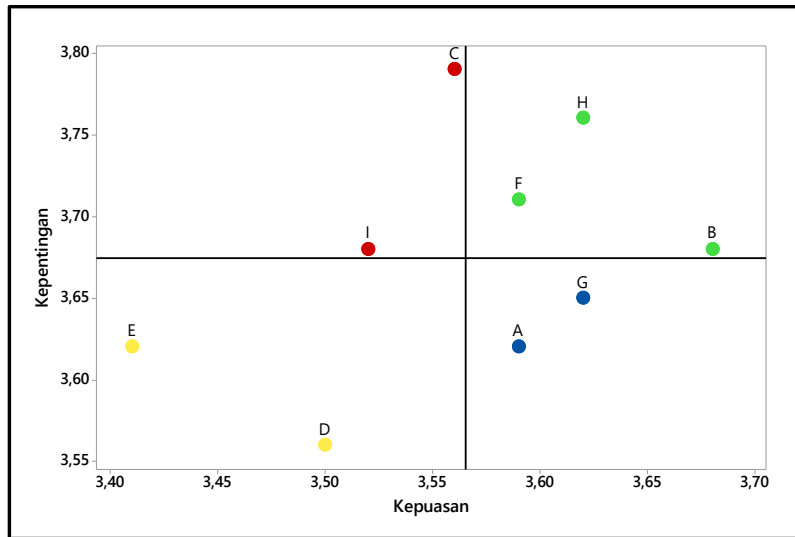
Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan tiga kali adalah 3,62 dengan persentase IKM sebesar 90,50%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, dengan kata lain kinerja pelayanan dinilai sangat baik oleh responden dengan frekuensi pelayanan 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 mayoritas bernilai A dan hanya tiga atribut yang mutu pelayanannya B. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan frekuensi tiga kali adalah atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B).**

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	3.59	89.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.68	92.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.56	89.00%	A
D	Kewajaran biaya	3.5	87.50%	B
E	Kesesuaian Produk	3.41	85.25%	B
F	Kompetensi petugas	3.59	89.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.62	90.50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.62	90.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.52	88.00%	B

Gambar 23 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah tiga kali mendapatkan layanan dari BIG. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut yang menjadi prioritas perbaikan, atribut tersebut adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **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 **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**. 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 **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Perilaku (kesopanan**

dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G). Atribut, Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), serta Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H) 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 3,74 dengan persentase IKM sebesar 93,50%. 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

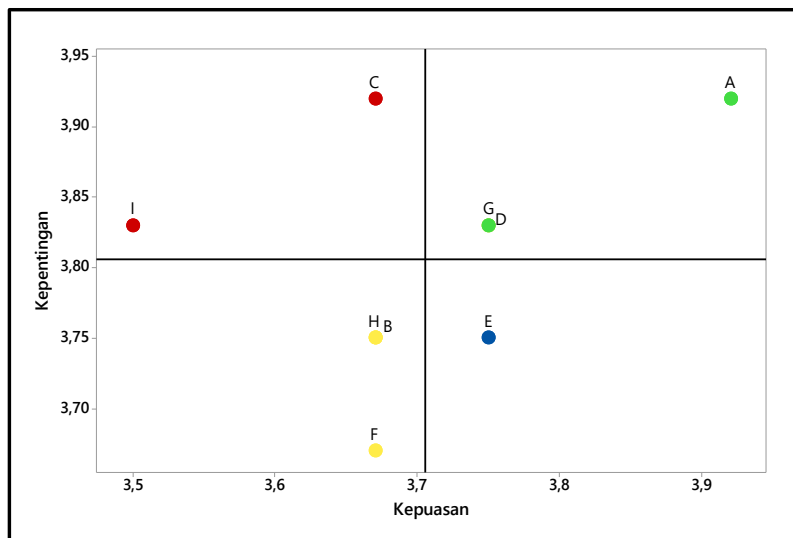
dengan frekuensi empat kali adalah atribut Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A).

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	3.92	98.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.67	91.75%	A
C	Kecepatan waktu	3.67	91.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.75	93.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.75	93.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.67	91.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.75	93.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.67	91.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.5	87.50%	B

Gambar 24 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah empat kali mendapatkan layanan dari BIG. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut yang menjadi prioritas perbaikan, atribut tersebut adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **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 **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. 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 **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**. Atribut

Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D), 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 24 Diagram IPA responden empat kali mendapatkan layanan dari BIG

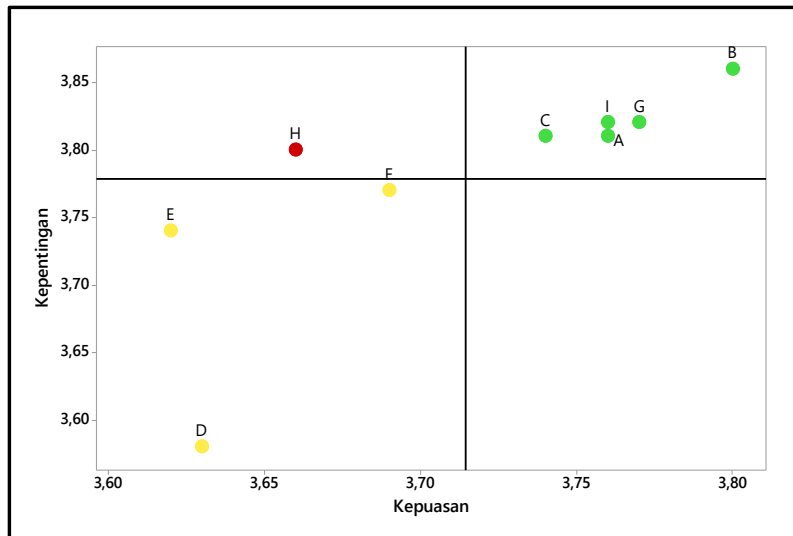
4.3.2.5 Lima kali atau lebih

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan lima kali adalah 3,73 dengan persentase IKM sebesar 93,25%. 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 atau lebih 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	3.76	94.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.8	95.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.74	93.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.63	90.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.62	90.50%	A
F	Kompetensi petugas	3.69	92.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.77	94.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.66	91.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.76	94.00%	A

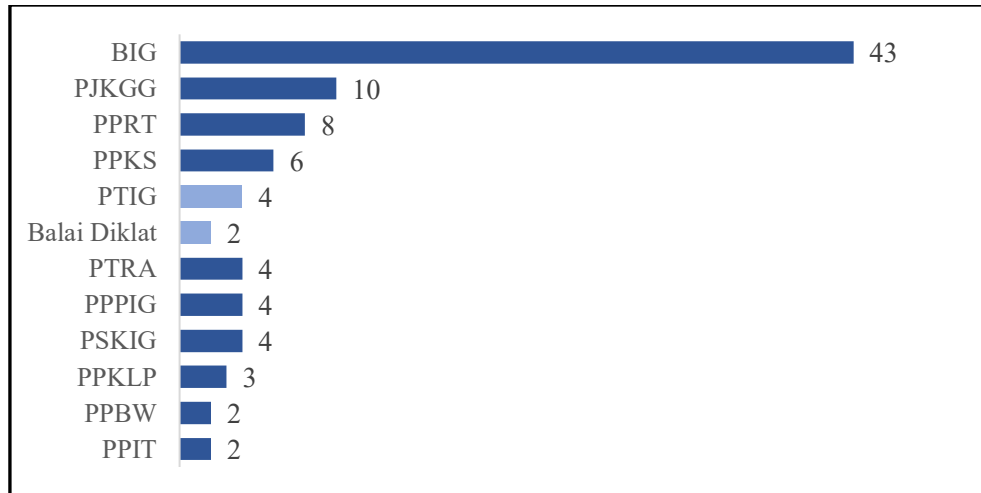
Gambar 25 menyajikan informasi mengenai diagram IPA untuk responden yang telah lima kali mendapatkan layanan dari BIG. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yang memerlukan prioritas perbaikan yaitu, **Kualitas 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 **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**. Hal ini dikarenakan atribut tersebut memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang rendah dibandingkan lainnya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi.



Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG

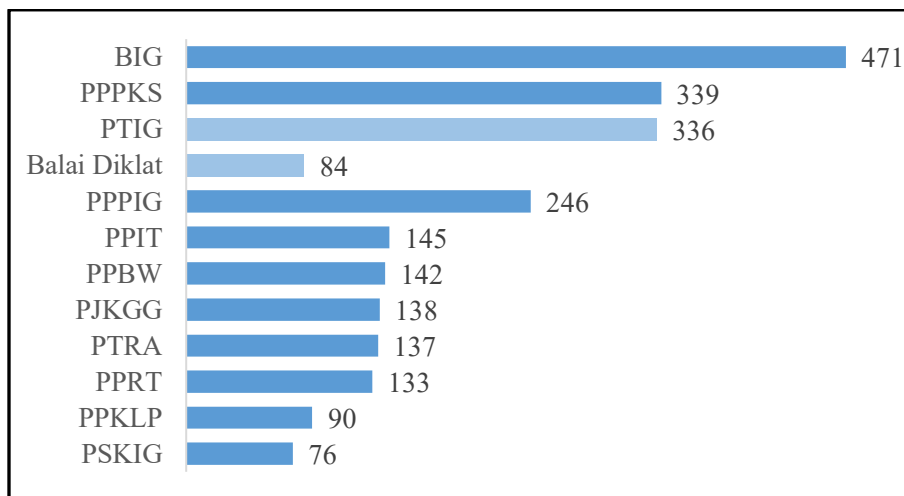
4.3.3 Nilai IKM Perpusat di Badan Informasi Geospasial

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 dengan total layanan yang diukur sebanyak empat puluh enam (43) layanan. Kesembilan pusat tersebut adalah PPKS, PJKGG, PPKLP, PPBW, PPRT, PPIT, PTRA, PPIIG, 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 2022 ini tersaji pada Gambar 26. Pada survei kepuasan masyarakat ini PJKGG memiliki jumlah layanan paling banyak yang diukur yaitu sebanyak sepuluh (10). Sedangkan, pusat yang memiliki layanan paling sedikit pada survei ini adalah PPIT dan PPBW, dengan jumlah layanan sebanyak dua (2) pada masing-masing pusat. Jenis layanan yang diukur pada masing-masing pusat secara lebih rinci dapat dilihat pada kuesioner SKM yang tersaji pada Lampiran 1.



Gambar 26 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan pusat di BIG

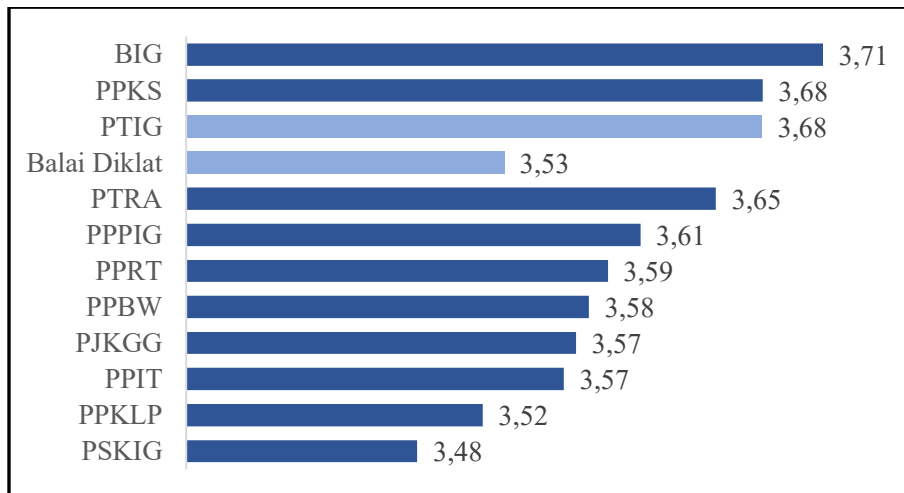
Satu responden dapat memperoleh lebih dari satu layanan. Sebaran jumlah responden pengguna produk/layanan berdasarkan pusat yang ada di BIG disajikan pada Gambar 27. PPPKS merupakan pusat dengan responden pengguna terbanyak yaitu sebanyak 339 responden, diikuti oleh PPIIG dengan 246 yang merupakan pusat dengan responden pengguna terbanyak kedua. Pusat dengan responden pengguna paling sedikit adalah PSKIG, dengan responden sebanyak 76.



Gambar 27 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan pusat di BIG

Sebaran nilai IKM pada masing-masing pusat disajikan pada Gambar 28. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan formula CSI, nilai IKM paling tinggi dimiliki oleh PPPKS dengan nilai IKM sebesar 3,68. Selanjutnya Nilai IKM paling kecil adalah PSKIG dengan nilai KM sebesar 3,48. 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 tujuh (7) 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, sedangkan dua (2) pusat yang lain yaitu PPKLP dan PSKIG berada pada interval mutu pelayanan B dan kinerja unit pelayanan baik.



Gambar 28 Sebaran nilai IKM berdasarkan pusat di BIG

4.3.3.1 Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

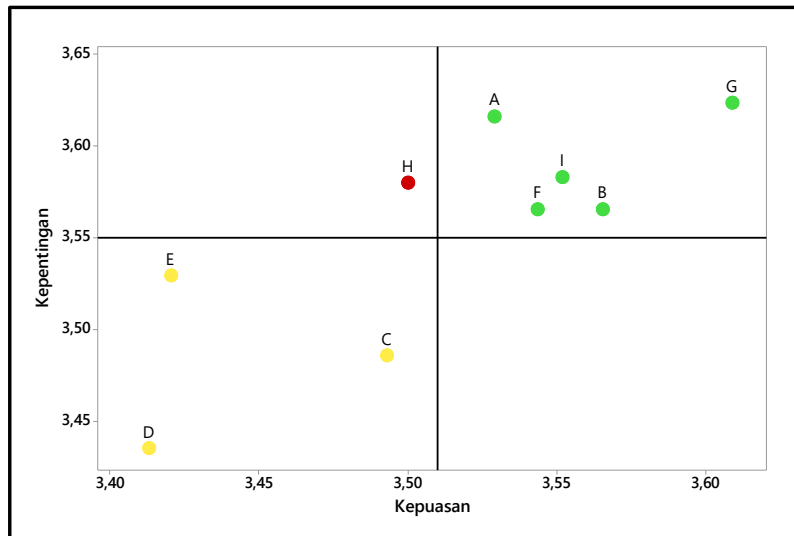
Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG) memiliki jumlah layanan yang diukur pada survei ini sebanyak sepuluh. Layanan tersebut adalah:

1. Layanan Data RINEX/CORS - <https://srgi.big.go.id>;
2. Layanan Pengolahan GNSS - <https://nrtk.big.go.id>;
3. Layanan RTK - <https://nrtk.big.go.id>;
4. Layanan Deskripsi JKG - <https://srgi.big.go.id>;
5. Layanan Data Pengamatan Pasang Surut;
6. Layanan Data Prediksi Pasang Surut Laut;
7. Layanan Konstanta Harmonik Pasang Surut Laut;
8. Layanan Datum Pasang Surut;
9. Layanan Model GeoID - <https://srgi.big.go.id>;
10. Layanan RT-GNSS - <https://srgi.big.go.id>.

Nilai IKM yang diperoleh oleh PJKGG adalah sebesar 3,57 dengan prosentase IKM sebesar 89,25%. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai ini berada pada interval mutu pelayan 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. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PJKGG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A pada 5 atribut dari 9 atribut, sedangkan 4 atribut yang lain berada pada mutu pelayanan B. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PJKGG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 10 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
<i>[1]</i>	<i>[2]</i>	<i>[3]</i>	<i>[4]</i>	<i>[5]</i>
A	Kesesuaian Syarat	3.53	88.22%	A
B	Kemudahan prosedur	3.57	89.13%	A
C	Kecepatan waktu	3.49	87.32%	B
D	Kewajaran biaya	3.41	85.33%	B
E	Kesesuaian Produk	3.42	85.51%	B
F	Kompetensi petugas	3.54	88.59%	A
G	Perilaku Petugas	3.61	90.22%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.50	87.50%	B
I	Penanganan pengaduan	3.55	88.79%	A



Gambar 29 Diagram IPA Pusat Jaringan Kontrol Geodesi dan Geodinamika (PJKGG)

Diagram IPA untuk PJKGG disajikan pada Gambar 29. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yaitu **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 persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, serta **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)** dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** 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)

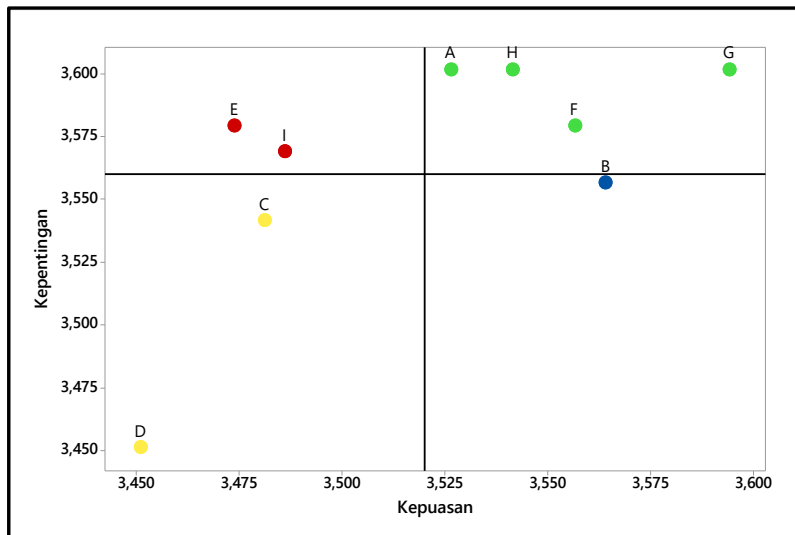
Terdapat sebelas layanan dari Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

1. Bimbingan Teknis Penyelenggaraan Nama Rupabumi (PNR);
2. Layanan Orthorektifikasi Citra;
3. Layanan Pembuatan Unsur Peta Dasar;
4. Layanan Pendampingan/Supervisi Akuisisi Data;
5. Layanan Titik Kontrol Tanah;
6. Sosialisasi Penyelenggaraan Nama Rupabumi (PNR);
7. Asistensi Peta Dasar RTRW dan RDTR;
8. Fasilitasi, Konsultasi, dan/atau Asistensi Penyelenggaraan Nama Rupabumi (PNR).

Nilai IKM yang diperoleh oleh PPRT adalah 3,59 dengan persentase IKM sebesar 89,75%. 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. Lima dari seluruh atribut telah dinilai sangat baik (A) oleh responden pengguna layanan pusat PPRT sedangkan 4 lainnya berada pada pelayanan mutu B yang berarti bahwa kinerja pelayanan pada keempat atribut tersebut baik. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPRT adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 11 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	3.53	88.16%	A
B	Kemudahan prosedur	3.56	89.10%	A
C	Kecepatan waktu	3.48	87.03%	B
D	Kewajaran biaya	3.45	86.28%	B
E	Kesesuaian Produk	3.47	86.84%	B
F	Kompetensi petugas	3.56	88.91%	A
G	Perilaku Petugas	3.59	89.85%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.54	88.53%	A
I	Penanganan pengaduan	3.49	87.15%	B



Gambar 30 Diagram IPA Pusat Pemetaan Rupabumi dan Toponim (PPRT)

Gambar 30 memperlihatkan diagram IPA di PPRT berdasarkan hasil analisis IPA. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut Gambar tersebut memperlihatkan bahwa atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar**

pelayanan dengan hasil yang diberikan (E) 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. Terdapat atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** di kuadran IV. Atribut ini dinilai oleh responden memiliki nilai kepentingan yang rendah dan sudah memiliki kinerja yang baik. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), dan Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** di PPRT 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-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)

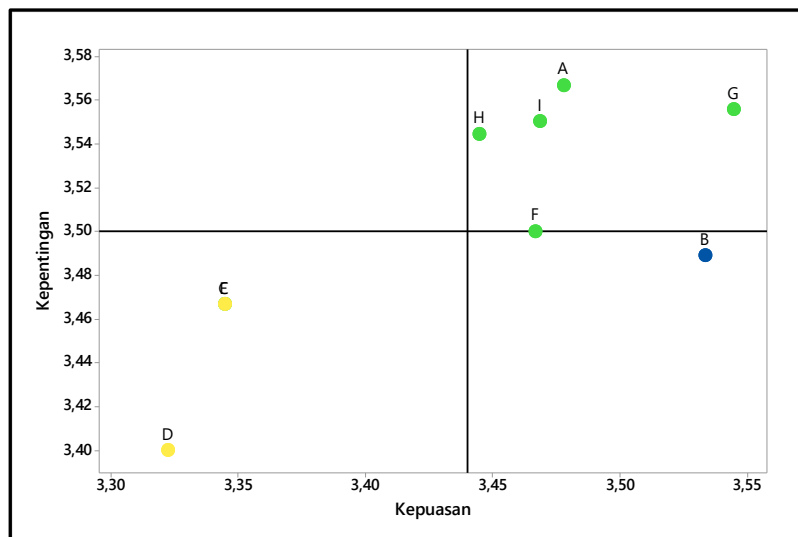
Terdapat tiga layanan dari Pusat Pemetaan Kelautan dan Lingkungan Pantai (PPKLP) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

1. Konsultasi Teknis Garis Pantai;
2. Konsultasi Nama Rupabumi Wilayah Laut;
3. Konsultasi Hipsografi Laut.

Nilai IKM yang diperoleh oleh PPKLP adalah 3,52 dengan prosentase IKM sebesar 88%. Nilai ini sudah 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 baik oleh responden pengguna layanan pusat PPKLP, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang mayoritas bernilai B pada hampir seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPKLP adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 12 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	3.48	86.94%	B
B	Kemudahan prosedur	3.53	88.33%	A
C	Kecepatan waktu	3.34	83.61%	B
D	Kewajaran biaya	3.32	83.06%	B
E	Kesesuaian Produk	3.34	83.61%	B
F	Kompetensi petugas	3.47	86.67%	B
G	Perilaku Petugas	3.54	88.61%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.44	86.11%	B
I	Penanganan pengaduan	3.47	86.71%	B



Gambar 31 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 31. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya atribut yang berada kuadran I. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kesuaian**

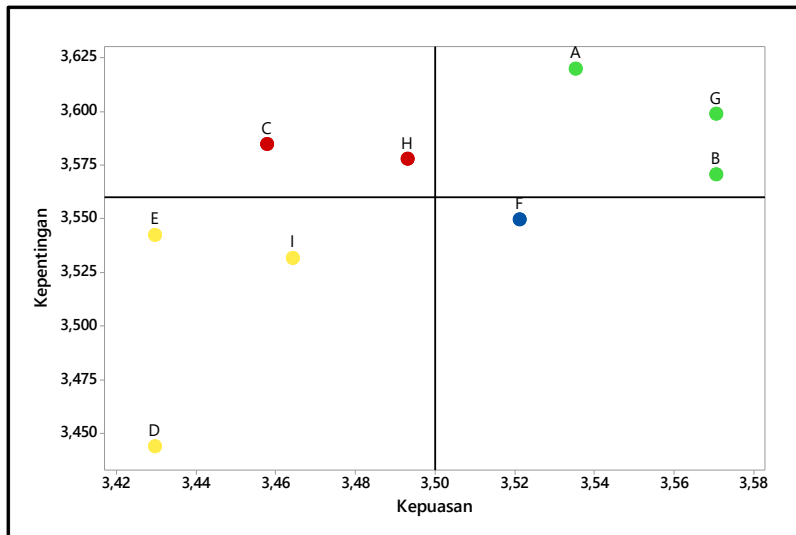
antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E) yang merupakan atribut pelayanan yang dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil dibandingkan atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut yang masuk dalam kategori ini. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **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. Atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** telah dinilai oleh responden memiliki nilai kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepentingan yang dirasakan responden.

4.3.3.4 Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)

Sebanyak dua layanan dari Pusat Pemetaan dan Batas Wilayah (PPBW) diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah: Konsultasi Penegasan dan Penetapan Batas Wilayah dan Konsultasi Perhitungan Luas Wilayah Administrasi. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPBW adalah 3,58 dengan prosentase IKM sebesar 89,50%. 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 baik oleh responden pengguna layanan pusat PPBW, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A dan B pada seluruh atribut yang diukur. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPBW adalah atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**.

Tabel 13 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	3.54	88.38%	A
B	Kemudahan prosedur	3.57	89.26%	A
C	Kecepatan waktu	3.46	86.44%	B
D	Kewajaran biaya	3.43	85.74%	B
E	Kesesuaian Produk	3.43	85.74%	B
F	Kompetensi petugas	3.52	88.03%	B
G	Perilaku Petugas	3.57	89.26%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.49	87.32%	B
I	Penanganan pengaduan	3.46	86.61%	B



Gambar 32 Diagram IPA Pusat Pemetaan Batas Wilayah (PPBW)

Gambar 32 memperlihatkan diagram IPA di PPBW berdasarkan hasil analisis IPA. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut, yaitu **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** 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 **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** di PPBW merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Selain itu atribut **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** 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. Terdapat atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** di kuadran IV. Atribut ini dinilai oleh responden memiliki nilai kepentingan yang rendah dan sudah memiliki kinerja yang baik.

4.3.3.5 Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT)

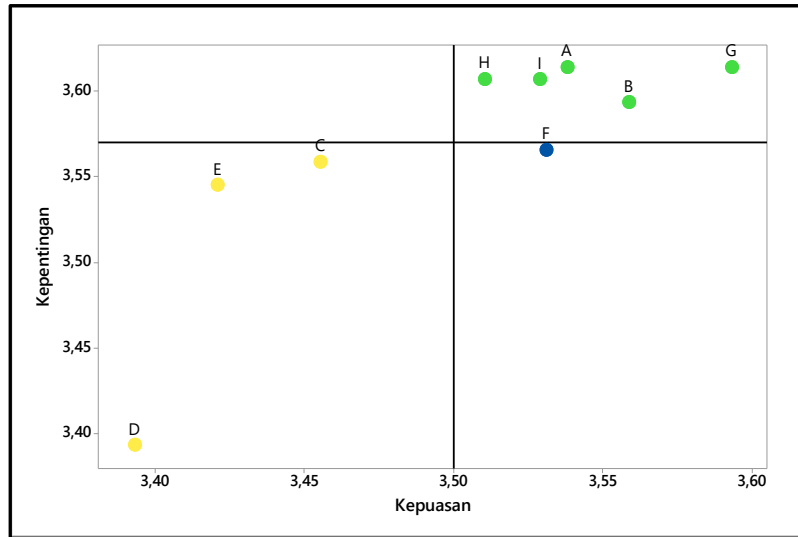
Pusat Pemetaan dan Integrasi Tematik (PPIT) memiliki jumlah layanan yang diukur pada survei ini sebanyak dua. Layanan tersebut adalah Layanan Peta Tematik dan Layanan Konsultasi. Nilai IKM yang diperoleh oleh PPIT adalah sebesar 3,57 dengan prosentase IKM sebesar 89,25%. Menurut kategori yang dibuat 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. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPIT adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 14 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	88.45%	A
B	Kemudahan prosedur	3.56	88.97%	A
C	Kecepatan waktu	3.46	86.38%	B
D	Kewajaran biaya	3.39	84.83%	B
E	Kesesuaian Produk	3.42	85.52%	B
F	Kompetensi petugas	3.53	88.28%	A
G	Perilaku Petugas	3.59	89.83%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.51	87.76%	B
I	Penanganan pengaduan	3.53	88.22%	A

Gambar 33 memperlihatkan diagram IPA di PPIT berdasarkan hasil analisis IPA. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya atribut yang berada kuadran I. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** 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. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** di PPIT merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Atribut **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** telah dinilai oleh

responden memiliki nilai kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepentingan yang dirasakan responden.



Gambar 33 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:

1. Asistensi Pemetaan RTRW dan RDTR;
2. Bimbingan Teknis NSDA;
3. Layanan Produk Atlas; dan
4. TOT Asistensi Peta Tata Ruang.

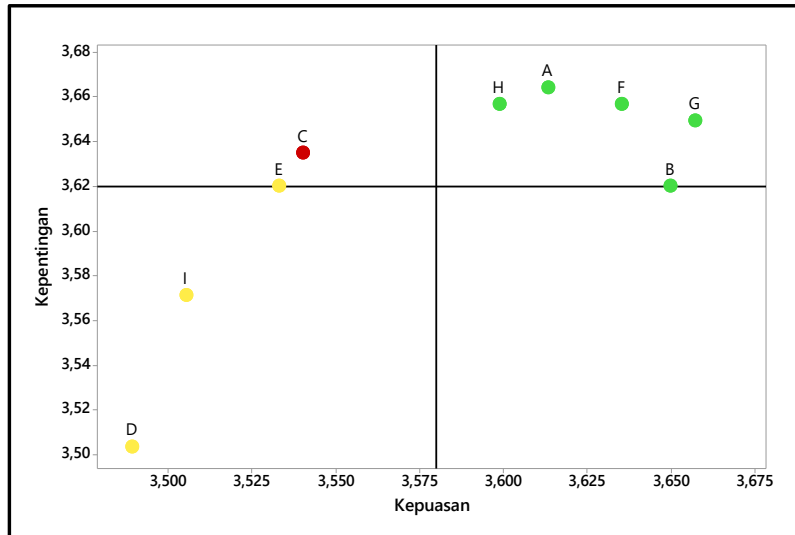
Nilai IKM yang diperoleh oleh PPTRA adalah 3,65 dengan persentase IKM sebesar 91,25%. Nilai ini berada pada mutu pelayanan A dan sudah sangat baik menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit PPTRA disajikan pada Tabel 16. Mayoritas atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PPTRA, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A hampir semua atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPTRA adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 15 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	3.61	90.33%	A
B	Kemudahan prosedur	3.65	91.24%	A
C	Kecepatan waktu	3.54	88.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.49	87.23%	B
E	Kesesuaian Produk	3.53	88.32%	A
F	Kompetensi petugas	3.64	90.88%	A
G	Perilaku Petugas	3.66	91.42%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.60	89.96%	A
I	Penanganan pengaduan	3.51	87.63%	B

Diagram IPA untuk atribut-atribut di PPTRA berdasarkan hasil analisis IPA disajikan pada Gambar 34. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yaitu **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** serta 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 dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** 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.



Gambar 34 Diagram IPA Pusat Pemetaan Tata Ruang dan Atlas (PPTRA)

4.3.3.7 Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)

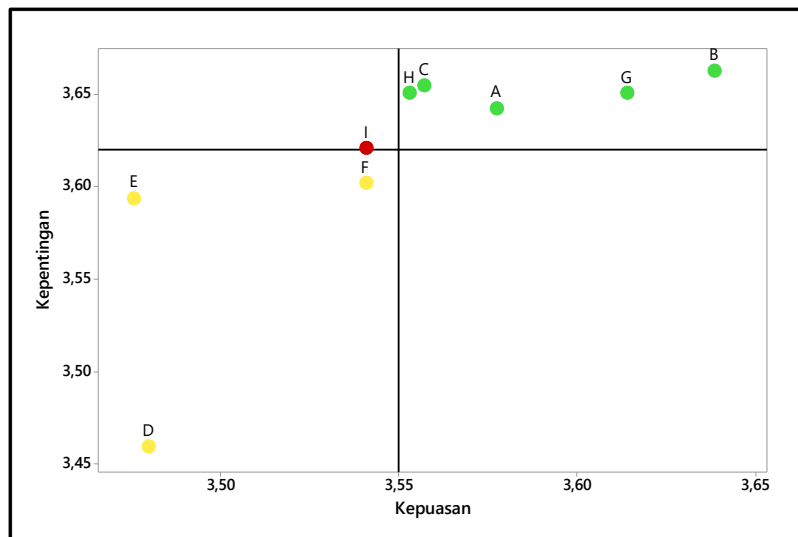
Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG) mempunyai empat layanan yang diukur pada survei kali ini. Keempat layanan tersebut adalah:

1. Layanan Ina-Geoportal - <https://tanahair.indonesia.go.id>;
2. Layanan Instalasi PALAPA;
3. Layanan Pengembangan WEB GIS;
4. Layanan Simpul Jaringan.

Nilai IKM yang diperoleh oleh PPPIG adalah 3,61 dengan prosentase IKM sebesar 90,25%. 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 mayoritas atribut yang bernilai A. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPPIG adalah atribut Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B).

Tabel 16 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	3.58	89.43%	A
B	Kemudahan prosedur	3.64	90.96%	A
C	Kecepatan waktu	3.56	88.92%	A
D	Kewajaran biaya	3.48	86.99%	B
E	Kesesuaian Produk	3.48	86.89%	B
F	Kompetensi petugas	3.54	88.52%	A
G	Perilaku Petugas	3.61	90.35%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.55	88.82%	A
I	Penanganan pengaduan	3.54	88.52%	A



Gambar 35 Diagram IPA Pusat Pengelolaan dan Penyebaran Informasi Geospasial (PPPIG)

Diagram IPA untuk atribut-atribut di PPPIG berdasarkan hasil analisis IPA disajikan pada Gambar 35. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yaitu **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan**

dengan jenis pelayanannya (A), Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B), Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), serta Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H) serta 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 dan **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** 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.

4.3.3.8 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:

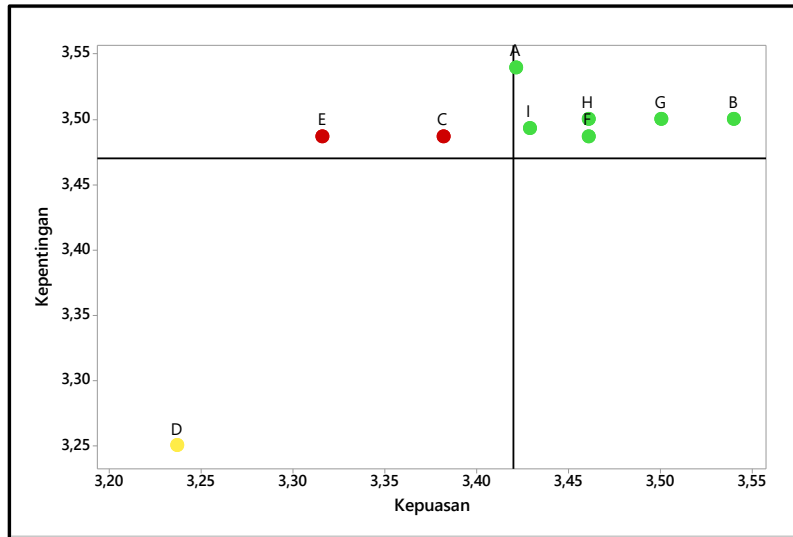
1. Layanan Registrasi Sertifikat Tenaga Profesional dan Penyedia Jasa Bidang IG;
2. Layanan Pembinaan Jabatan Fungsional Surveyor Pemetaan;
3. Layanan Penyusunan Standar Bidang IG;
4. Layanan Jasa Konsultasi Simpul Jaringan IG.

Nilai IKM yang diperoleh oleh PSKIG adalah 3,48 dengan prosentase IKM sebesar 87,00%. Nilai ini 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 baik oleh responden pengguna layanan pusat PSKIG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai B pada hampir seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PPIIG adalah atribut Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B).

Tabel 17 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	3.42	85.53%	B
B	Kemudahan prosedur	3.54	88.49%	A
C	Kecepatan waktu	3.38	84.54%	B
D	Kewajaran biaya	3.24	80.92%	B
E	Kesesuaian Produk	3.32	82.89%	B
F	Kompetensi petugas	3.46	86.51%	B
G	Perilaku Petugas	3.50	87.50%	B
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.46	86.51%	B
I	Penanganan pengaduan	3.43	85.71%	B

Diagram IPA untuk PSKIG disajikan pada Gambar 36. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut yaitu **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, serta **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 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.



Gambar 36 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 sama dengan PTIG yaitu sebesar 3,68; dan Balai memiliki nilai IKM 3,53. Persentase IKM sebesar 92,00% dimiliki oleh PPPKS dan PTIG, serta 88,25% dimiliki oleh Balai. Menurut kategori yang telah dibuat oleh Kementerian PANRB nilai-nilai ini berada pada pelayanan mutu A dan 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 PTIG disajikan pada Tabel 19. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan pusat PTIG, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang

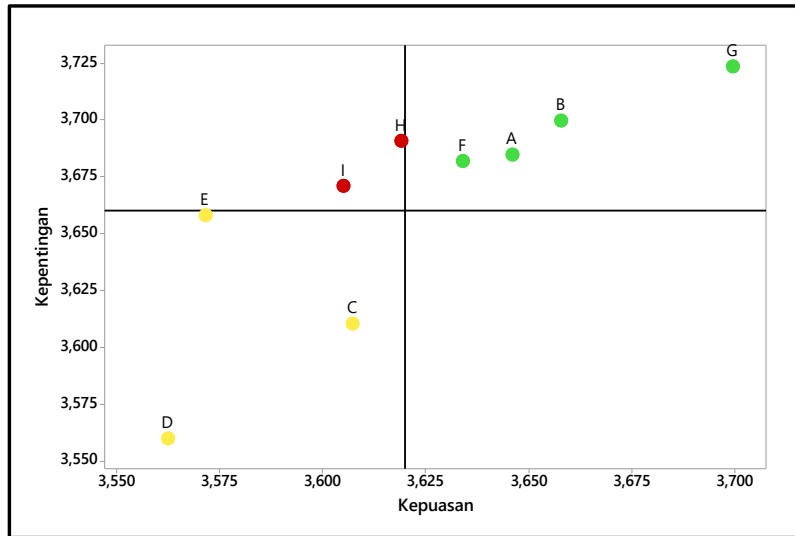
bernilai A pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari PTIG adalah atribut Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).

Tabel 18 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	3.65	91.15%	A
B	Kemudahan prosedur	3.66	91.44%	A
C	Kecepatan waktu	3.61	90.18%	A
D	Kewajaran biaya	3.56	89.06%	A
E	Kesesuaian Produk	3.57	89.29%	A
F	Kompetensi petugas	3.63	90.85%	A
G	Perilaku Petugas	3.70	92.49%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.62	90.48%	A
I	Penanganan pengaduan	3.60	90.12%	A

Diagram IPA untuk PTIG Gambar 37. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat dua atribut yaitu **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, serta **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **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)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, 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.

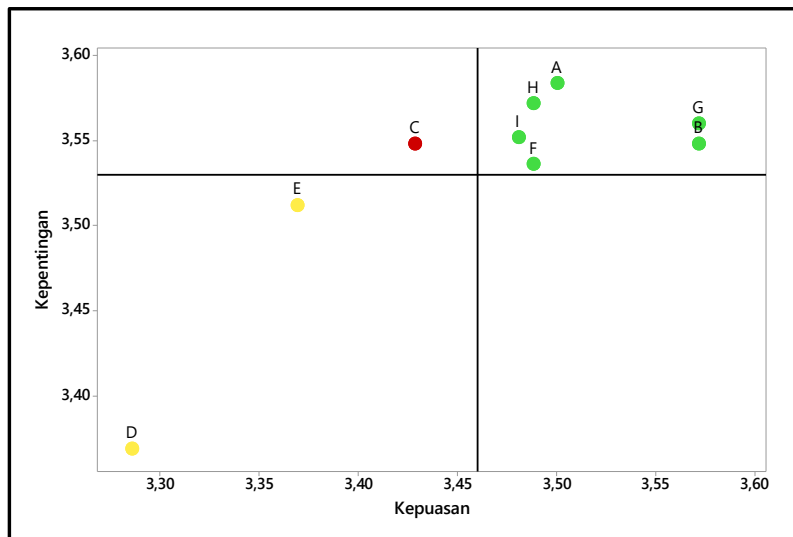


Gambar 37 Diagram IPA produk dan layanan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG)

Tabel 19 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	3.50	87.50%	B
B	Kemudahan prosedur	3.57	89.29%	A
C	Kecepatan waktu	3.43	85.71%	B
D	Kewajaran biaya	3.29	82.14%	B
E	Kesesuaian Produk	3.37	84.23%	B
F	Kompetensi petugas	3.49	87.20%	B
G	Perilaku Petugas	3.57	89.29%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.49	87.20%	B
I	Penanganan pengaduan	3.48	87.01%	B

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. Mayoritas atribut telah dinilai baik oleh responden pengguna layanan Balai Diklat, hal ini ditunjukkan oleh mutu pelayanan yang bernilai A dan B pada seluruh atribut. Skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dari Balai Diklat adalah atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B) dan Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G).**



Gambar 38 Diagram IPA produk dan layanan Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial

Gambar 38 menyajikan informasi mengenai diagram IPA dan saran perbaikan untuk atribut di Balai Pendidikan dan Pelatihan Geospasial (Balai Diklat). Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yaitu **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, serta **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 **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam**

standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), 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.

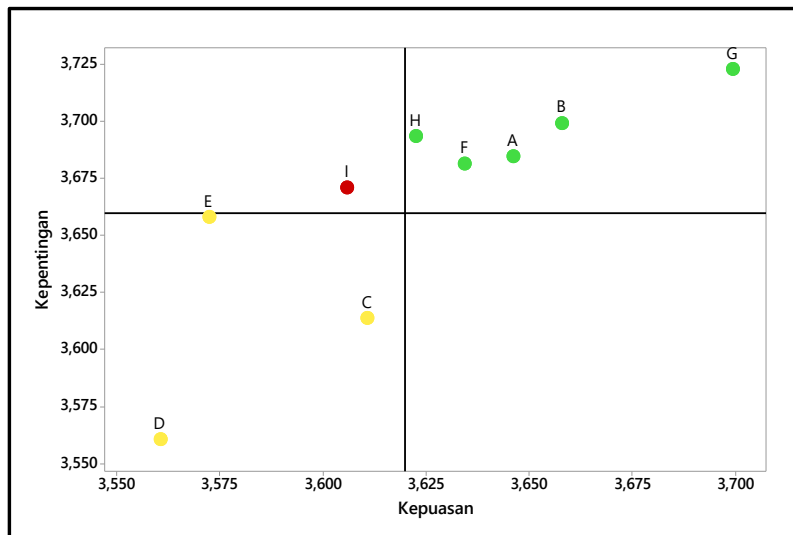
Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik yang diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari PPPKS disajikan pada Tabel 21. Seluruh atribut telah dinilai sangat baik oleh responden pengguna layanan PPPKS, 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 20 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	3.65	91.15%	A
B	Kemudahan prosedur	3.66	91.45%	A
C	Kecepatan waktu	3.61	90.27%	A
D	Kewajaran biaya	3.56	89.01%	A
E	Kesesuaian Produk	3.57	89.31%	A
F	Kompetensi petugas	3.63	90.86%	A
G	Perilaku Petugas	3.70	92.48%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.62	90.56%	A
I	Penanganan pengaduan	3.61	90.14%	A

Diagram IPA bagi pusat PPPKS disajikan pada Gambar 39. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat satu atribut yaitu **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** berada pada **kuadran I**, oleh karena itu atribut ini merupakan atribut yang harus diprioritaskan perbaikan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**,

Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), serta 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), Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), 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.



Gambar 39 Diagram IPA produk dan layanan Pusat Penelitian Promosi dan Kerjasama (PPPKS)

4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG)

Nilai IKM yang diperoleh dari sebanyak 471 responden adalah sebesar **3,71**. Dari nilai tersebut diperoleh persentase IKM sebesar 92.75%. 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 2021 adalah 3.62.

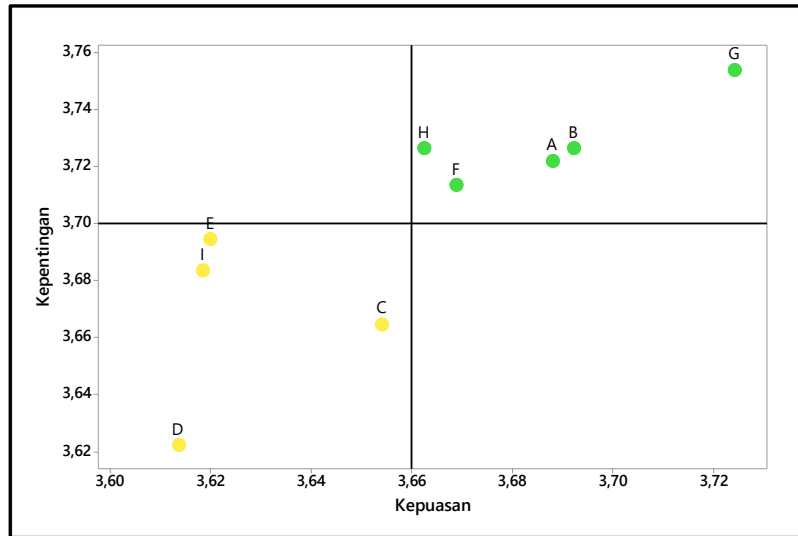
Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut produk dan layanan BIG

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.69	92.20%	A
B	Kemudahan prosedur	3.69	92.30%	A
C	Kecepatan waktu	3.65	91.35%	A
D	Kewajaran biaya	3.61	90.34%	A
E	Kesesuaian Produk	3.62	90.50%	A
F	Kompetensi petugas	3.67	91.72%	A
G	Perilaku Petugas	3.72	93.10%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.66	91.56%	A
I	Penanganan pengaduan	3.62	90.46%	A

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).

Diagram IPA untuk produk dan layanan BIG disajikan pada Gambar 40. Secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi. Hal ini dapat terlihat bahwa tidak ada atribut yang berada pada kuadran I. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat beberapa atribut yang memerlukan pertimbangan untuk perbaikan karena nilai kepentingan dan kepuasannya rendah. Atribut-atribut tersebut adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Atribut Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Atribut selainnya yaitu, **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam**

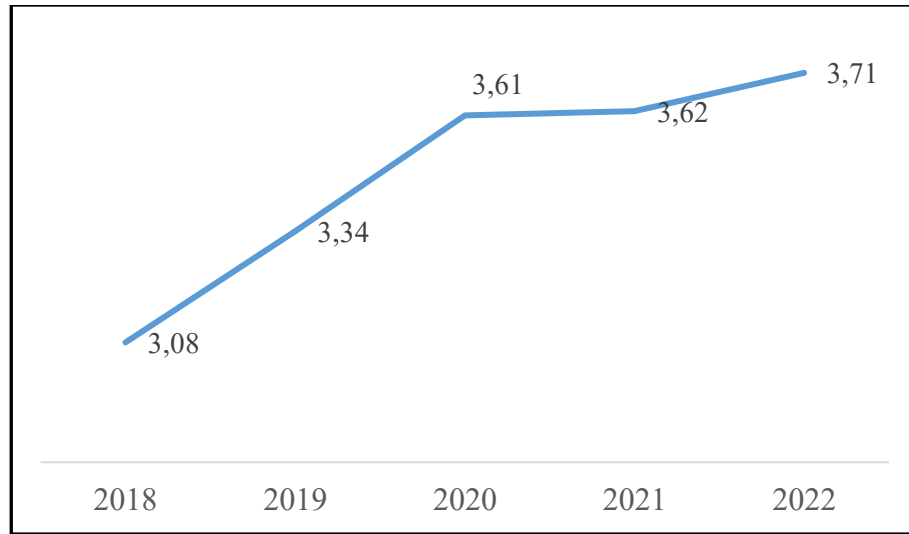
memberikan pelayanan (G), serta Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H), berada pada **kuadran II**. Hal ini berarti atribut-atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan telah memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan.



Gambar 40 Diagram IPA produk dan layanan BIG

4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022

Perbandingan nilai IKM pada tahun 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022 dilakukan menggunakan skala satu sampai dengan empat. Banyaknya responden yang terjaring pada tahun 2022 lebih sedikit dibandingkan tahun 2021. Namun demikian banyaknya responden yang terjaring ini sudah cukup mewakili populasi. Jumlah pusat eselon 2 yang disurvei pada tahun 2022 sama dengan tahun 2021. Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG) pada tahun 2022 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2021, yaitu menjadi 3,71 di tahun 2022 dari 3,62 di tahun 2021. Gambar 41 Menunjukkan kenaikan nilai IKM mulai tahun 2018 sampai 2022. 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 2022 disajikan pada Tabel 23.



Gambar 41 Perkembangan IKM BIG 2018-2021

Tabel 22 Perbandingan jumlah responden pengguna produk/layanan dan nilai IKM tahun 2018 s.d 2022

No	PUSAT/ UNIT TEKNIS	2022		2021		2020		2019		2018	
		Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM	Jumlah responden pengguna	IKM
	BIG	471	3.71	513	3,62	1264	3.61	482	3.34	434	3.08
1	PPKS	339	3.68	432	3,63	997	3.62	106	3.38	180	3.15
1a	PTIG	336	3.68	426	3,63	985	3.58	270	3.38		
1b	Balai	84	3.53	116	3,62	314	3.53	27	3.54		
2	PJKGG	138	3.57	336	3,64	943	3.65	83	3.35	84	3.06
3	PPKLP	90	3.52	104	3,6	293	3.54	48	3.36	149	3.04
4	PPBW	142	3.58	147	3,6	375	3.50	110	3.33	215	3.06
5	PPRT	133	3.59	175	3,61	427	3.53	121	3.39	309	3.42
6	PPIT	145	3.57	172	3,58	406	3.50	98	3.37	160	3.03
7	PTRA	137	3.65	142	3,61	384	3.50	192	3.35	167	3.13
8	PPPIG	246	3.61	189	3,58	443	3.50	122	3.42	123	3.06
9	PSKIG	76	3.48	137	3,6	316	3.52	58	3.33	117	3.12

V. IMPLIKASI MANAJERIAL

Reformasi birokrasi merupakan *prime mover* (penggerak utama) yang dinilai strategis untuk memulai pembaharuan praktik *governance* instansi pemerintahan. Reformasi birokrasi pada pelayanan publik dinilai sebagai *entry point* dan penggerak utama dalam mewujudkan nilai-nilai *good governance* secara lebih nyata dan terukur. Konsep kualitas menjadi ukuran keberhasilan organisasi bukan saja pada organisasi bisnis, tetapi juga pada instansi pemerintah sebagai lembaga penyedia pelayanan publik. Sesuai dengan yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang, pemerintah memiliki peranan penting untuk menyediakan pelayanan publik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat guna menunjang kebutuhannya untuk meningkatkan kualitas hidup sosial hingga dalam kehidupan ekonomi dan politik.

Pemerintah dituntut untuk senantiasa melakukan survey mengenai keinginan dan penilaian masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan. Sebagai bentuk *assessment* obyektif pada kinerja produk dan layanan yang telah diberikan maka dilakukanlah Survei Kepuasan Masyarakat (SKM). 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 yang masif, perubahan situasi yang kompleks dan sangat dinamis di era VUCA (*volatility, uncertainly, complexity, dan ambiguity*) menyebabkan adanya perubahan kebutuhan di masyarakat. Unit penyelenggara pelayanan publik sejatinya diharapkan untuk terus melakukan perbaikan berkelanjutan agar dapat memenuhi harapan masyarakat yang semakin kompleks sesuai dengan perkembangan zaman.

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. Kondisi pandemi COVID-19 memberikan pembelajaran kepada kita bahwa dunia dapat berubah secara dramatis tanpa terduga. Seluruh instansi pemerintah harus lebih siap menghadapi situasi VUCA dalam tatanan organisasi pemerintahan dan pelayanan publik untuk menciptakan sistem pelayanan publik yang tangguh dalam menghadapi hal-hal kritis. Oleh karenanya, evaluasi obyektif dari masyarakat pengguna layanan mengenai kinerja produk dan layanan setiap instansi

pemerintah termasuk salah satunya BIG (Badan Informasi Geospasial) menjadi hal yang krusial dalam rangka mencapai *good corporate governance* (GCG) di era VUCA.

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 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 *Importance Performance Analysis* terdapat 4 pendekatan strategi berbasis *resource allocation* yang dapat dilakukan Badan Informasi Geospasial, yaitu: (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 *Importance Performance Analysis* pada survey IKM pengguna layanan BIG di tahun 2022 memperlihatkan bahwa dari 9 atribut pelayanan publik yang dilakukan penilaian, tidak ada atribut yang berada pada kuadran I atau menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan bahwa secara umum BIG telah memberikan pelayanan publik yang berkualitas sesuai kebutuhan dan harapan masyarakat pengguna layanan.

Pada tahun 2021, aspek layanan publik seperti Kesesuaian syarat (A), Kemudahan prosedur (B), dan Kualitas sarana prasarana (H) menjadi aspek yang berada pada kuadran I dimana perlu ditingkatkan segera kinerjanya. BIG telah melakukan perbaikan kinerja pada ketiga aspek tersebut sehingga ketiganya bergeser pada kuadran II di tahun 2022. Sedangkan untuk aspek Perilaku petugas (G) dan Kompetensi petugas (F), terlihat bahwa BIG telah mampu mempertahankan kinerjanya dengan tetapnya posisi kedua aspek layanan tersebut pada kuadran II baik pada tahun 2021 dan tahun 2022.

Meski tidak terdapat atribut layanan yang berada pada kuadran I, BIG tetap perlu memperhatikan atribut-atribut layanan yang dinilai memiliki tingkat kepentingan tinggi di mata masyarakat pengguna layanan. Kuadran II pada pemetaan IPA menjelaskan bahwa setiap atribut yang dinilai sangat dipentingkan bagi masyarakat dan telah dinilai tinggi kinerjanya. Sehingga, untuk dapat meningkatkan kinerja keseluruhan pelayanan publik di tahun selanjutnya, pada tahun 2022 ini, BIG perlu mempertahankan kinerja atribut-atribut pelayanan publik yang berada pada kuadran II.

Selanjutnya dari pemetaan seluruh atribut layanan di kuadran IPA dilakukan kategorisasi faktor pendukung (*exhibitor*) dan faktor penghambat (*inhibitor*) kepuasan masyarakat menggunakan pendekatan *force field analysis* (FFA). Pada tahun 2022, tidak ada atribut layanan BIG yang termasuk pada kuadran I, sehingga tidak terdapat dimensi layanan jasa yang perlu segera diperbaiki kinerjanya (*inhibitor factor*). Selanjutnya, dimensi layanan *Reliability*, *Empathy*, *Assurance*, dan *Tangibles* menjadi dimensi layanan jasa yang sudah memenuhi kepuasan pengguna layanan di tahun 2022 dan perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

Atribut layanan pertama yang direkomendasikan untuk dipertahankan/ ditingkatkan bertahap kinerjanya adalah Kualitas sarana dan prasarana (dimensi *Tangibles*). Atribut layanan ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerjanya relatif dinilai mendekati rata-rata. Sarana terdiri dari benda bergerak yang menunjang proses penyediaan pelayanan publik. Sedangkan yang termasuk prasarana adalah benda tidak bergerak seperti gedung. Kualitas sarana prasarana (sarpras) meliputi kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan informasi 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) menciptakan atmosfer ruang pelayanan yang nyaman bagi masyarakat.

Atribut layanan kedua yang direkomendasikan untuk dipertahankan kinerjanya adalah Kompetensi petugas (dimensi *Assurance*). Dimensi ini mendeskripsikan kompetensi petugas sebagai kemampuan aparatur atau petugas layanan dalam memberikan layanan dengan jaminan yang baik sesuai standar yang ada. Pengetahuan dan keterampilan petugas layanan menjadi faktor kunci keberhasilan dimensi layanan ini. BIG perlu mempertahankan kinerja dari atribut kompetensi petugas melalui beberapa hal seperti memberikan berbagai pelatihan baik *hard skills* maupun *soft skills* yang mampu meningkatkan kemampuan petugas, pengetahuan petugas, keterampilan petugas serta pengalaman petugas untuk memberikan layanan yang terjamin sesuai standar operasional yang ada.

Atribut layanan selanjutnya yaitu Kemudahan prosedur dan Kesesuaian syarat (dimensi *Reliability*) juga direkomendasikan untuk dipertahankan kinerjanya. Prosedur meliputi tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima layanan. Sedangkan kesesuaian persyaratan meliputi persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya. Sesuai PERMENPANRB No 17/ 2017 kedua atribut layanan ini tergolong pada aspek kebijakan pelayanan kelompok standar pelayanan. 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). Penerapan pelayanan publik berbasis elektronik untuk semua pusat layanan BIG sudah menjadi prioritas kebutuhan, demi tersedianya layanan yang lebih mudah diakses, sederhana, dan mudah untuk dievaluasi. Di sisi lain, untuk mempertahankan kinerja atribut layanan kesesuaian syarat, dapat dilakukan beberapa rekomendasi seperti: (1) Memberikan 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

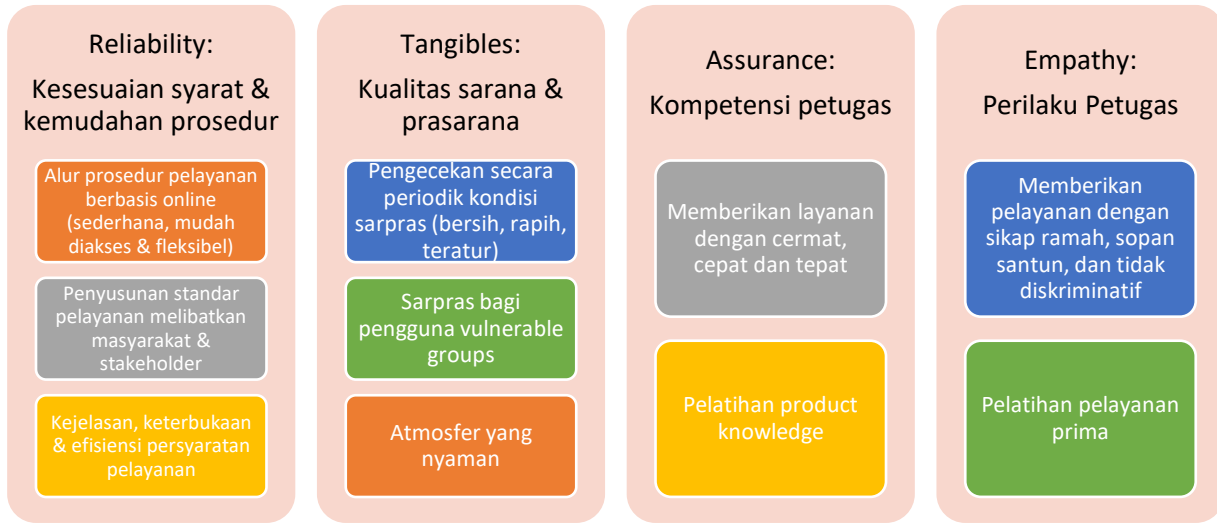
juga menjadi hal penting, dalam rangka menyediakan layanan yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pengguna layanan.

Atribut terakhir yang direkomendasikan untuk dipertahankan kinerjanya adalah Perilaku petugas (dimensi *Empathy*). *Empathy* didefinisikan sebagai perhatian yang diberikan kepada pemohon layanan BIG. Berdasarkan hasil kuadran IPA, terlihat bahwa atribut layanan perilaku petugas merupakan atribut dengan nilai kepuasan tertinggi. Kesiapan mendahulukan kepentingan masyarakat, sikap ramah, sopan, santu, tidak diskriminatif, dan menghargai setiap masyarakat menjadi parameter Perilaku petugas dalam dimensi ini. Menghadapi era VUCA dan *post pandemic* COVID-19 serta bonus demografi generasi milenial di masa mendatang, menyebabkan semakin meningkat dan beragamnya permintaan pelayanan publik. Hal yang direkomendasikan adalah BIG memberikan pelatihan *service excellence* secara komprehensif kepada para petugas layanan agar *value* tersebut menjadi budaya yang melekat sebagai *mindset* sehari-hari.

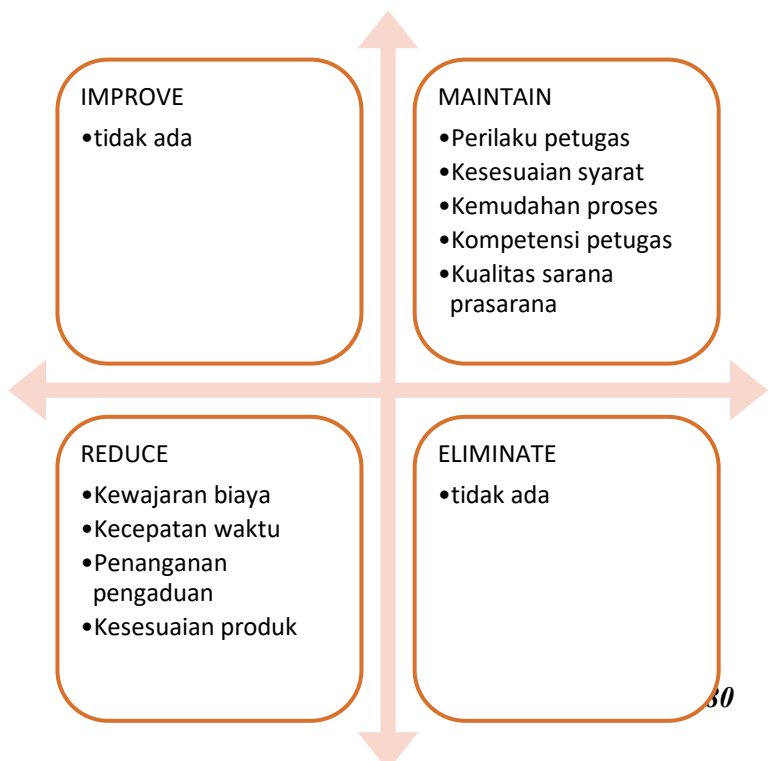
Dalam mengimplementasikan kerangka *The House Model* diperlukan pondasi yang kuat berupa *supporting behavior* dari internal manajemen organisasi BIG. Pondasi ini dapat dilakukan melalui (1) komitmen penuh manajemen puncak melalui penerapan sistem penghargaan dan sanksi sebagai rekognisi bagi setiap pencapaian petugas layanan yang dapat didokumentasikan dalam bentuk *Hall of Fame* dan insentif kinerja; (2) Penguatan *service excellence minded dan agile learner* baik untuk BIG dan pegawai BIG; (3) Penerapan konsep *Open innovation* dimana memberikan kedudukan yang sejajar terhadap berbagai ide yang bernilai (*valuable ideas*) baik yang berasal dari dalam (*supply side*) atau luar BIG (*demand side*). Melalui pendekatan *Open Innovation*, ide untuk lahirnya inovasi hingga pengembangan inovasi tersebut dapat berasal dari pihak di luar birokrasi dan tidak menutup kemungkinan inovasi tersebut hanya dapat lahir dan dikembangkan dengan lebih baik dengan keterlibatan pihak luar tersebut. Merespon hal tersebut, BIG juga dapat melakukan *innovation award* sesuai yang telah dilakukan Kementerian PANRB untuk menciptakan atau replikasi inovasi yang dilombakan dalam Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) yang secara rutin digelar oleh Kementerian PANRB. 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.

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

Output



Proses



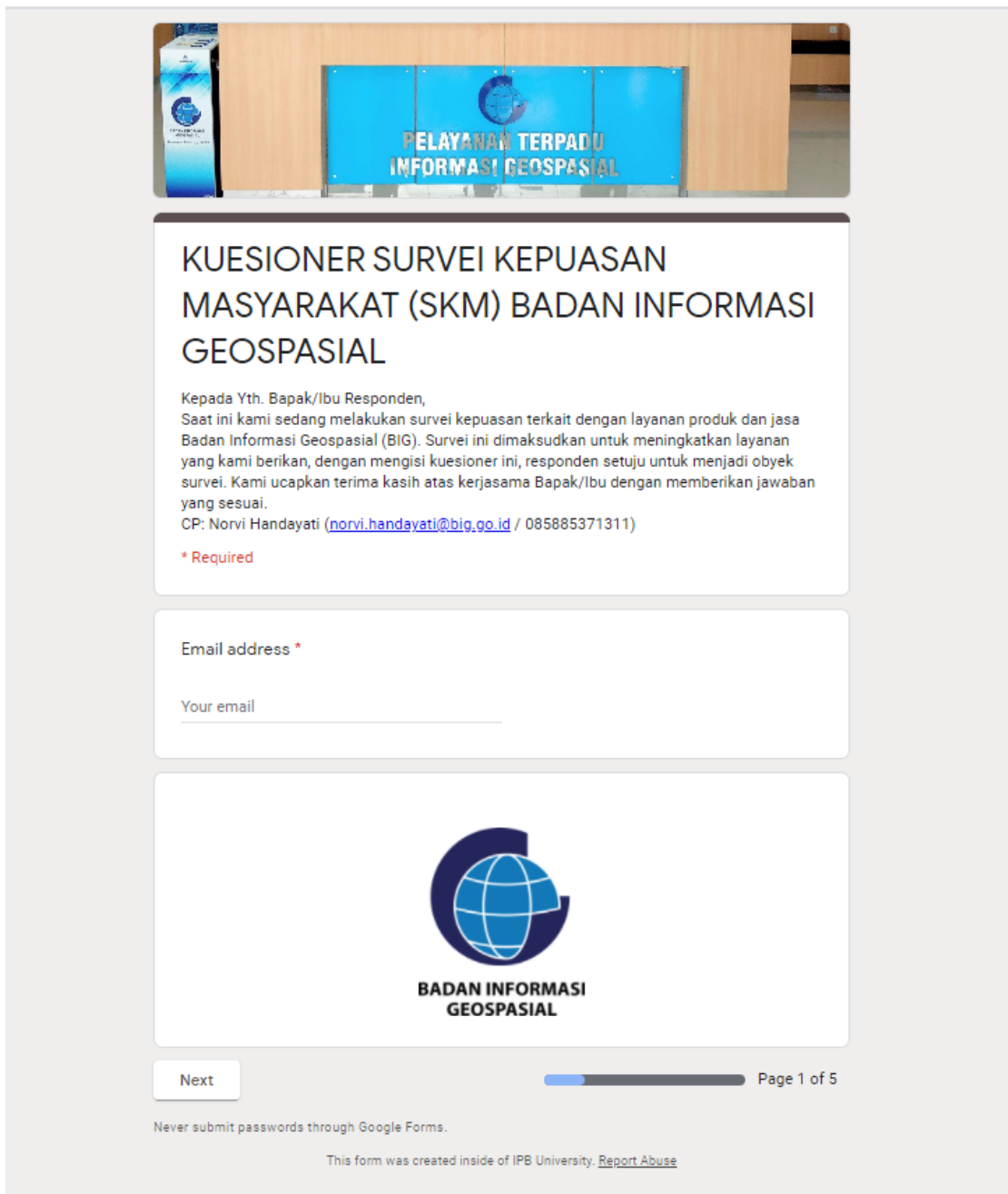
Input

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) 2022

Kuesioner disusun secara online dan dapat diakses melalui: ipb.link/kuesioner-ikm-big

Halaman depan dari kuesioner sebagai berikut:




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 / 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](#)