



BADAN INFORMASI
GEOSPASIAL

#1Peta
Nusantara

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

LAPORAN SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT BADAN INFORMASI GEOSPASIAL TAHUN 2025

Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial
Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial



www.big.go.id



Badan Informasi Geospasial



@infogeospasial

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	2
DAFTAR TABEL	3
I PENDAHULUAN.....	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Tujuan Pelaksanaan Kegiatan	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Publik	7
2.2 Kualitas Pelayanan Publik.....	7
2.3 Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik	9
2.4 Indeks Kepuasan Masyarakat.....	11
2.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)- Consumer Satisfaction Index (CSI)</i>	13
2.5.1 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	13
2.5.2 <i>Consumer Satisfaction Index (CSI)</i>	14
III DATA DAN METODOLOGI	16
3.1 Data.....	16
3.2 Metodologi.....	16
3.2.1 Metodologi Pengumpulan Data.....	16
3.2.2 Metodologi Analisis Data.....	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Deskripsi Responden	19
4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden	21
4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).....	25
4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG.....	26
4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG.....	36
4.3.3 Nilai IKM Per unit di Badan Informasi Geospasial.....	46
4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG).....	74
4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, dan 2025.....	76
V IMPLIKASI MANAJERIAL	78
5.1 Gambaran Umum	78

5.2 Pergerakan Atribut Layanan pada kuadran IPA	79
5.3 Interpretasi Hasil IPA dan <i>Service Excellence Zone</i>	81
5.4 Rekomendasi Teknis	82
5.4.1 Kuadran I – Service Recovery Zone (High Importance / Low Performance)	83
5.4.2 Kuadran II – Service Delight Zone (High Importance / High Performance)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram kartesius metode IPA	14
Gambar 2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin	19
Gambar 3 (a) Sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna (b) sebaran responden berdasarkan asal instansinya	20
Gambar 4 Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir	20
Gambar 5 Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan	21
Gambar 6 Sebaran responden berdasarkan tingkat kepuasannya.....	22
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	22
Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna.....	23
Gambar 9 Profil responden berdasarkan asal instansinya.....	24
Gambar 10 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir	24
Gambar 11 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan	25
Gambar 12 Persentase responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG	26
Gambar 13 Profil responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG	27
Gambar 14 Nilai IKM berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG.....	27
Gambar 15 Diagram IPA layanan yang diperoleh dengan cara datang langsung	29
Gambar 16 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui email	31
Gambar 17 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui telepon/ WA/ SMS.....	33
Gambar 18 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui Aplikasi berbasis web	35
Gambar 19 Persentase responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG	36
Gambar 20 Profil responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG	36
Gambar 21 Nilai IKM berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG	37
Gambar 22 Diagram IPA responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG	39
Gambar 23 Diagram IPA responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG	41
Gambar 24 Diagram IPA responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG	43
Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG	45
Gambar 26 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan unit di BIG.....	46
Gambar 27 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan unit di BIG	47
Gambar 28 Sebaran nilai IKM berdasarkan unit di BIG.....	47
Gambar 29 Diagram IPA Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG).....	50
Gambar 30 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD)	52
Gambar 31 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP)	54
Gambar 32 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR)	57

Gambar 33 Diagram IPA Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT)	59
Gambar 34 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Tematik (DPT)	61
Gambar 35 Diagram IPA Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG)	63
Gambar 36 Diagram IPA Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG)	66
Gambar 37 Diagram IPA produk dan layanan Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP)	68
Gambar 38 Diagram IPA Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG)	70
Gambar 39 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Tematik	72
Gambar 40 Diagram IPA Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG)	73
Gambar 41 Diagram IPA produk dan layanan BIG	76
Gambar 42 Perkembangan IKM BIG 2018-2025	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat	13
Tabel 2 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Datang Langsung	28
Tabel 3 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Email	30
Tabel 4 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Telepon WA/ SMS	32
Tabel 5 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Aplikasi Berbasis Website	34
Tabel 6 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG	38
Tabel 7 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG	40
Tabel 8 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG	42
Tabel 9 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut responden lima kali atau lebih mendapatkan layanan dari BIG	45
Tabel 10 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG)	49
Tabel 11 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD)	51
Tabel 12 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP)	53
Tabel 13 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR)	56
Tabel 14 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT)	58
Tabel 15 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Tematik (DPT)	60

Tabel 16 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG).....	62
Tabel 17 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG).....	65
Tabel 18 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP).....	67
Tabel 19 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG)	69
Tabel 20 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial (DKJIG)	71
Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG)	73
Tabel 22 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut produk dan layanan BIG	75
Tabel 23 Pergerakan atribut layanan pada kuadran IPA tahun 2019-2025	80
Tabel 24 Rencana Aksi Perbaikan Atribut pada Kuadran I	84
Tabel 25 Rencana Aksi Perbaikan Atribut Pada Kuadran II.....	85

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan publik di era digital saat ini menuntut instansi pemerintah untuk menyediakan layanan yang cepat dan efisien, juga adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Dalam konteks ini, Badan Informasi Geospasial (BIG) memiliki peran strategis sebagai penyedia data dan informasi geospasial yang menjadi tulang punggung pembangunan nasional. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi berbasis lokasi dan kebijakan Satu Data Indonesia, peran BIG semakin vital dalam memastikan ketersediaan data spasial yang akurat, mutakhir, dan mudah diakses oleh seluruh pemangku kepentingan.

Pelaksanaan Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) BIG tahun 2025 dilandasi oleh amanat Peraturan Menteri PANRB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik, yang mewajibkan setiap instansi pemerintah melakukan pengukuran kepuasan masyarakat secara berkala. Survei ini merupakan bentuk akuntabilitas publik dan evaluasi kinerja pelayanan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan selaras dengan prinsip transparansi, partisipasi, dan efektivitas pelayanan publik.

Tahun 2025 menjadi momentum penting bagi BIG dalam memperkuat transformasi digital dan inovasi pelayanan berbasis geospasial. Perkembangan teknologi seperti *Internet of Things (IoT)*, *Artificial Intelligence (AI)*, dan *Big Data Analytics* membuka peluang besar bagi BIG untuk mengembangkan model pelayanan publik yang lebih presisi, prediktif, dan terintegrasi. Dalam kerangka *Society 5.0*, pemanfaatan teknologi geospasial tidak lagi terbatas pada pemetaan wilayah semata, tetapi telah menjadi instrumen strategis dalam mendukung perencanaan pembangunan berkelanjutan, mitigasi bencana, manajemen lingkungan, dan layanan administrasi spasial kepada masyarakat.

Disamping itu, dinamika sosial yang muncul dari bonus demografi *digital society* mengharapakan BIG untuk memberikan layanan yang tidak hanya cepat dan akurat, tetapi juga *user-friendly*, transparan, dan berbasis kolaborasi lintas sektor. Masyarakat kini menuntut akses layanan yang lebih mudah dijangkau melalui platform daring, termasuk kemudahan

dalam memperoleh data, melakukan konsultasi teknis, dan memberikan umpan balik terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, hasil SKM 2025 diharapkan menjadi alat ukur empiris yang mampu menggambarkan sejauh mana layanan BIG telah memenuhi ekspektasi pengguna serta mengidentifikasi area prioritas untuk peningkatan kinerja di masa mendatang.

Lebih lanjut, SKM BIG 2025 juga memiliki peran strategis dalam mendukung agenda reformasi birokrasi, khususnya pada aspek pelayanan publik unggul dan pemerintahan digital (*digital government*). Hasil survei akan menjadi masukan penting bagi penyusunan kebijakan peningkatan mutu layanan berbasis data geospasial yang adaptif terhadap perubahan zaman, sekaligus memperkuat posisi BIG sebagai otoritas nasional yang kredibel dalam penyediaan informasi geospasial. Dengan demikian, pelaksanaan SKM ini tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme evaluasi rutin, tetapi juga sebagai instrumen transformasi organisasi menuju pelayanan publik yang berorientasi pada masyarakat, berbasis data, dan mendukung pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

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, 2022, 2023, 2024 dan 2025.
- 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) mengartikan jasa sebagai tindakan atau kinerja yang diberikan oleh satu kelompok kepada kelompok lain, yang pada dasarnya bersifat abstrak dan tidak menghasilkan kepemilikan fisik. Dalam sektor jasa, pentingnya kualitas layanan menjadi faktor krusial. Kualitas pelayanan secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pengguna layanan dan citra perusahaan penyedia layanan. Dalam literatur pemasaran jasa, konsep kualitas layanan berfokus pada kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yang merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual dalam pelayanan (Kang, 2006). Sejumlah peneliti telah mendalami konsep pengukuran kualitas layanan, yang pada dasarnya bergantung pada beragam faktor yang bersifat tak berwujud dan memiliki aspek-aspek psikologis yang kompleks untuk diukur. Zeithaml et al. (1990) kemudian mengembangkan sebuah instrumen pengukuran kualitas layanan dengan 10 dimensi, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Courtesy, Credibility, Security, Access, Communication, dan Understanding the customer. Seiring dengan perkembangan pengetahuan di bidang ini, Parasuraman et al. (1990) menyederhanakan konsep ini menjadi lima dimensi SERVQUAL, yang mencakup:

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

2.2 Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari empat aspek, yaitu sistem pelayanan organisasi penyedia layanan, sumberdaya manusia pemberi pelayanan, strategi

pelayanan, serta pelanggan atau pengguna layanan/ Seluruh aspek tersebut saling terkait serta berinteraksi satu dengan yang lainnya dan direkatkan oleh budaya organisasi yang berfokus pada kebutuhan pelanggan.

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

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

1. Pelayanan Administratif

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

2. Pelayanan Barang

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan penyediaan dan atau pengolahan bahan berwujud fisik termasuk distribusi dan penyampaiannya kepada konsumen langsung (sebagai unit atau sebagai individual) dalam satu sistem. Secara keseluruhan kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda (berwujud fisik) atau yang dianggap benda yang memberikan nilai tambah secara langsung bagi

penerimanya. Contoh jenis pelayanan ini adalah: pelayanan listrik, pelayanan air bersih, dan pelayanan telpon.

3. Pelayanan Jasa

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

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

2.3 Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik

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

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

a. Sistem Keluhan dan Saran

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

b. Survei Kepuasan Konsumen

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

c. Ghost Shopping

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

d. Analisa Konsumen yang Hilang

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

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

Kepuasan masyarakat terhadap layanan publik menjadi tolak ukur keberhasilan pelayanan publik pemerintahan. Kepuasan masyarakat terhadap layanan organisasi publik sangat penting karena berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Pasolong (2010), menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*) terhadap citra institusi tersebut. Menurut KEPMENPAN

Nomor 63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan dalam hal ini masyarakat memperoleh pelayanan publik sesuai dengan yang mereka harapkan. Sehingga pengukuran indeks kepuasan masyarakat secara berkala sangatlah diperlukan untuk mencapai *Good Governance* di suatu instansi pemerintahan.

2.4 Indeks Kepuasan Masyarakat

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

1. Persyaratan

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

2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur

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

3. Waktu Penyelesaian

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

4. Biaya/Tarif

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

5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan

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

6. Kompetensi Pelaksana

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

7. Perilaku Pelaksana

Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas dalam memberikan pelayanan.

8. Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan

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

9. Sarana dan prasarana

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

Hasil akhir kegiatan penyusunan indeks kepuasan masyarakat dari setiap unit pelayanan instansi pemerintah, disusun dengan materi utama indeks setiap unsur pelayanan. Berdasarkan hasil penghitungan indeks kepuasan masyarakat, jumlah nilai dari setiap unit pelayanan diperoleh dari jumlah nilai rata-rata setiap unsur pelayanan. Sedangkan nilai indeks komposit (gabungan) untuk setiap unit pelayanan, merupakan jumlah nilai rata-rata dari setiap unsur pelayanan dikalikan dengan penimbang yang sama, yaitu 0,111 untuk 9 unsur. Pengukuran indeks kepuasan masyarakat berdasarkan Permenpan RI Nomor 14 Tahun 2017 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat

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

Sumber: PERMENPAN No 14 Tahun 2017

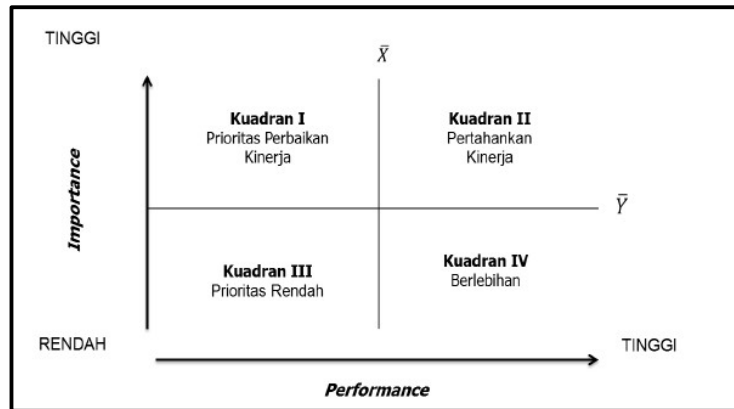
Keterangan: 25 adalah nilai dasar; nilai persepsi 1 = tidak sesuai, 2 = kurang sesuai, 3 = sesuai, 4 = sangat sesuai.

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

2.5.1 Importance Performance Analysis (IPA)

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

IPA ditampilkan melalui diagram *kartesi* 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 kartesi terbagi menjadi keempat kuadran dengan pembatasnya adalah rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan dari semua atribut ($\bar{\bar{Y}}$) dan rata-rata dari rata-rata tingkat kepuasan dari semua atribut ($\bar{\bar{X}}$). Diagram kartesi metode IPA dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram kartesius metode IPA

Interpretasi metode IPA yaitu :

- Kuadran pertama, merupakan atribut-atribut pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan.
- Kuadran kedua, merupakan atribut-atribut pelayanan yang sudah bagus karena atribut tersebut penting dan tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi.
- 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.
- 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 Factor* 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 tujuh (7) Maret sampai dengan 11 November 2025. Sebanyak 375 responden diperoleh dari kegiatan ini. Terdapat 4 responden yang belum pernah menggunakan layanan BIG. Oleh karena itu, jumlah responden valid yang diperoleh adalah sebanyak 371 responden.

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. Unit sampel pada kegiatan ini adalah individu pengguna produk dan layanan BIG di tahun berjalan. Kuesioner disusun secara online dan halaman pertama dari kuesioner disajikan pada Lampiran 2.

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, 2021, 2022, 2023, 2024, dan 2025

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. Direktorat Sistem Referensi Geospasial
2. Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat
3. Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai
4. Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi
5. Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik
6. Direktorat Pemetaan Tematik
7. Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial
8. Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial
9. Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir
10. Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial
11. Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial
12. Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial

Nilai IKM perpusat di BIG dihitung menggunakan formula CSI hanya yang menggunakan produk/layanan pada pusat tersebut.

d. Indeks Kepuasan Masyarakat bagi BIG

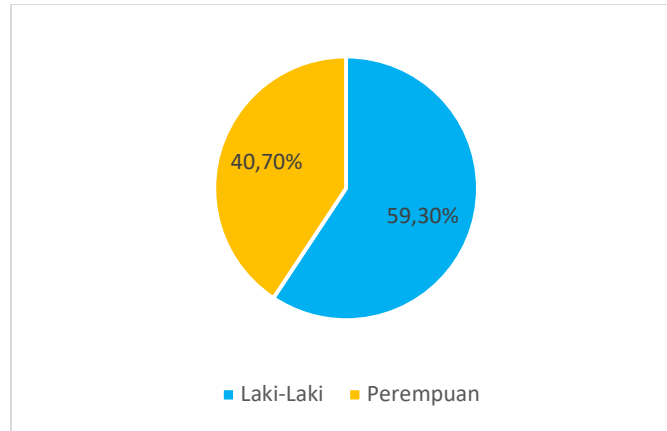
Perhitungan nilai indeks kepuasan bagi BIG yang dimaksud mencakup nilai indeks kepuasan pengguna produk dan layanan BIG. Nilai ini diperoleh dengan menggunakan formula *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hal ini dikarenakan baik produk maupun layanan memiliki atribut-atribut dalam pengukurannya.

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

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

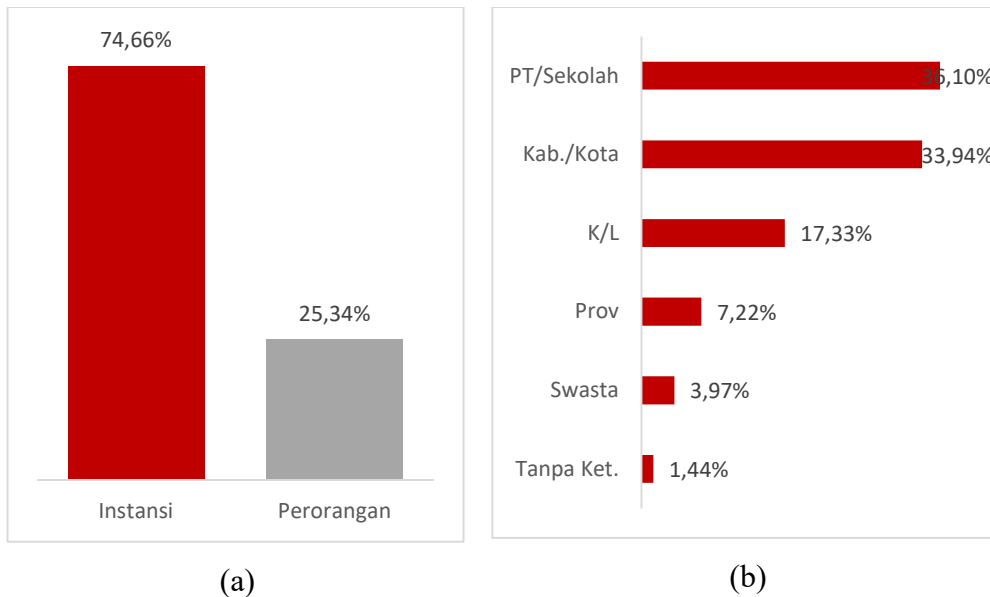
4.1 Deskripsi Responden

Jumlah responden yang valid adalah 371 responden. Gambar 2 menunjukkan penyebaran responden berdasarkan jenis kelamin. Mayoritas responden survei adalah laki-laki dengan persentase responden laki-laki sebesar 59,30% dan perempuan sebesar 40,70%.

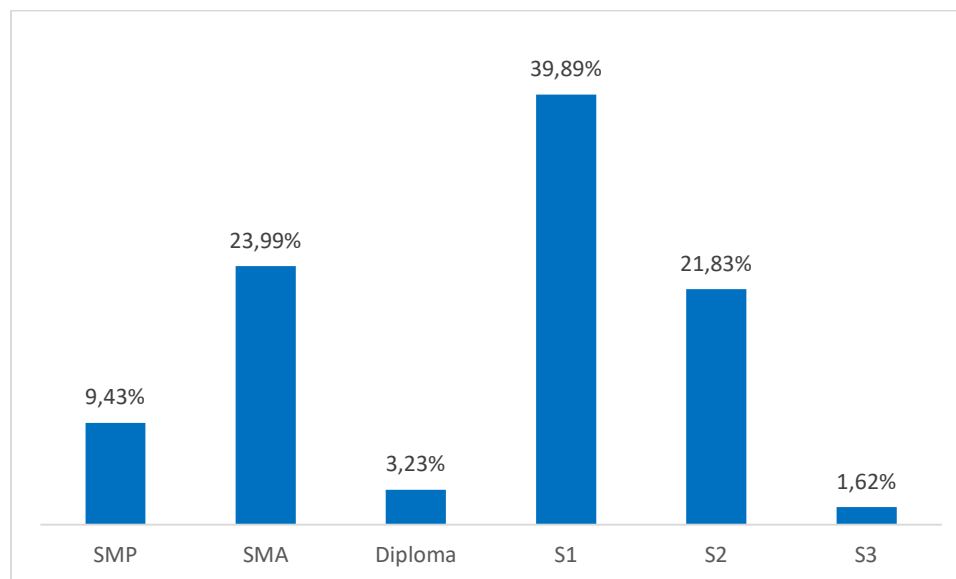


Gambar 2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar 3a menunjukkan sebaran responden berdasarkan kelompok pengguna. Terlihat bahwa mayoritas responden merupakan perwakilan instansi, dengan proporsi mencapai 74,66%, sedangkan 25,34% responden berasal dari kategori perorangan. Gambar 3b menyajikan informasi lebih rinci mengenai asal instansi dari responden yang termasuk dalam kelompok pengguna instansi. Berdasarkan grafik tersebut, responden terbanyak berasal dari perguruan tinggi/sekolah, yaitu sebesar 35,10%. Kelompok terbesar berikutnya adalah responden dari pemerintah daerah kabupaten/kota, dengan persentase 33,94%. Sementara itu, responden dari Kementerian/Lembaga (K/L) sebesar 17,33%, dan dari pemerintah provinsi sebesar 7,22%. Selain empat kelompok terbesar tersebut, terdapat pula responden dari sektor swasta sebesar 3,97%, dan sejumlah kecil responden (1,44%) yang tidak mencantumkan asal instansinya. Sebaran ini menunjukkan bahwa pengguna instansi yang terlibat dalam survei berasal dari berbagai tipe institusi, dengan dominasi perguruan tinggi/sekolah serta pemerintah daerah kabupaten/kota yang memiliki kebutuhan tinggi terhadap data dan layanan geospasial.



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

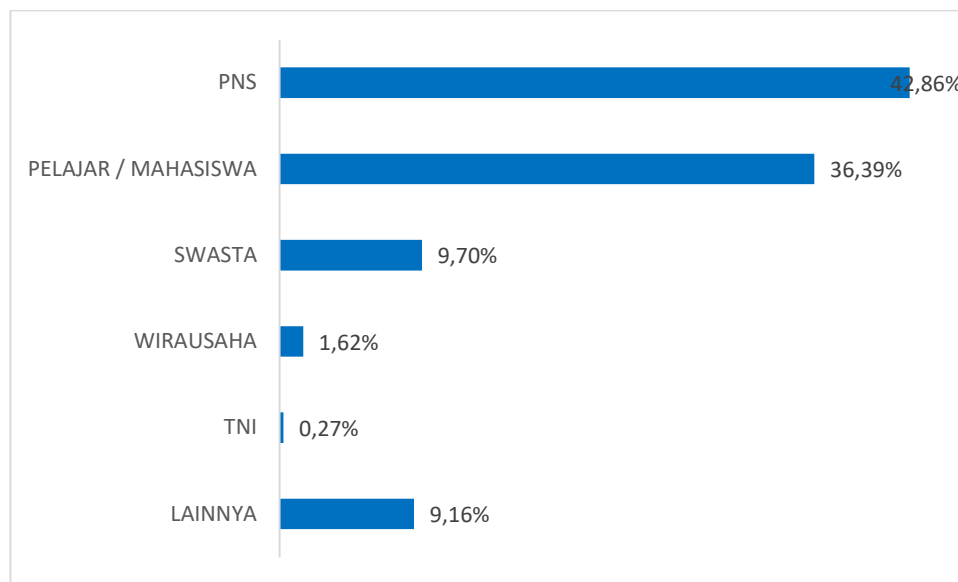


Gambar 4 Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir

Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhirnya disajikan pada Gambar 4. Mayoritas responden, yaitu sebesar 39,89%, memiliki pendidikan terakhir sarjana (S1). Selain itu, 21,83% responden memiliki gelar magister (S2), dan 1,62% responden memiliki gelar doktor (S3). Pada jenjang pendidikan menengah, terdapat 23,99% responden yang berpendidikan terakhir SMA dan 9,43% responden berpendidikan SMP. Sementara itu, 3,23% responden tercatat memiliki pendidikan terakhir diploma. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan tinggi, terutama pada jenjang sarjana dan pascasarjana.

Gambar 5 menampilkan sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan. Dari grafik tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS), dengan proporsi mencapai 42,86%. Kelompok terbesar berikutnya adalah pelajar atau mahasiswa, yang mencakup 36,39% dari keseluruhan responden. Selain itu, 9,70% responden bekerja di sektor swasta, sedangkan 9,16% lainnya berasal dari kategori pekerjaan lain yang tidak termasuk dalam kategori utama. Terdapat pula 1,62% responden yang berprofesi sebagai wirausaha, serta 0,27% responden yang bekerja sebagai anggota TNI. Secara umum, komposisi ini menunjukkan bahwa responden survei didominasi oleh PNS serta pelajar/mahasiswa, menandakan bahwa layanan BIG banyak dimanfaatkan oleh pegawai instansi pemerintahan dan komunitas akademik..

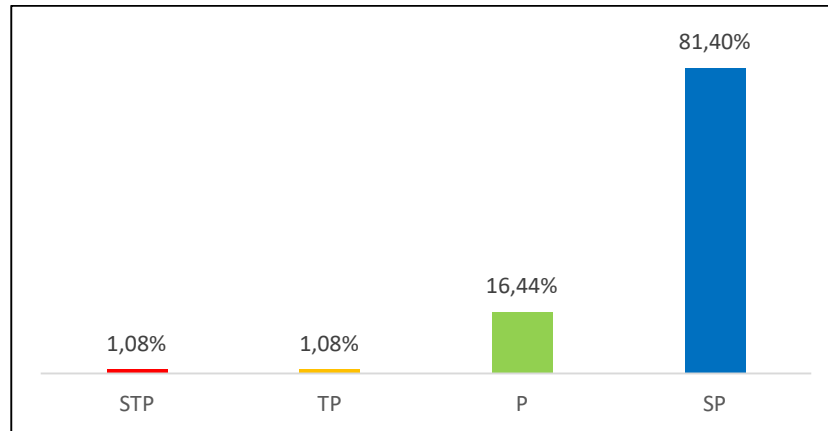


Gambar 5 Sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan

4.2 Deskripsi Tingkat Kepuasan Responden

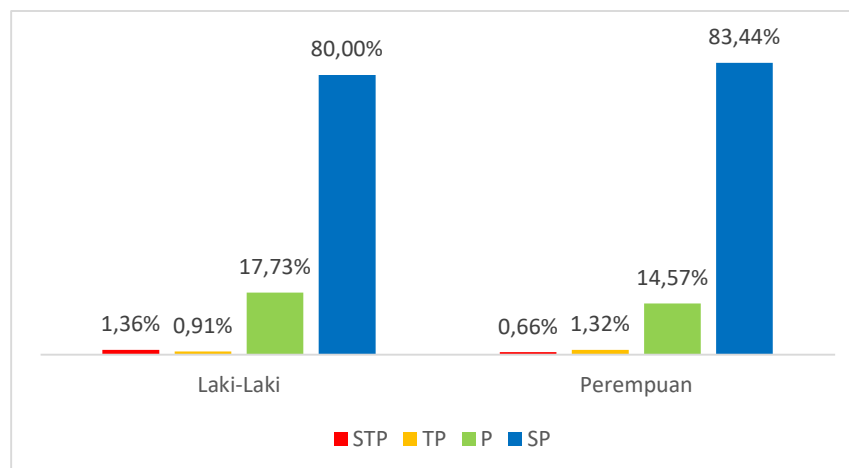
Tingkat kepuasan responden terhadap layanan BIG disajikan pada Gambar 6 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan berada pada kategori yang sangat baik. Mayoritas responden, yaitu sebesar 81,40%, menyatakan sangat puas terhadap layanan yang diterima. Selain itu, 16,44% responden menyampaikan bahwa mereka merasa puas, sehingga secara keseluruhan lebih dari 97% responden memberikan penilaian positif. Di sisi lain, hanya sebagian kecil responden yang memberikan penilaian kurang memuaskan. Masing-masing

sebesar 1,08% responden menyatakan tidak puas maupun sangat tidak puas terhadap layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi, menandakan bahwa layanan BIG dinilai memenuhi kebutuhan serta harapan mayoritas penggunaanya..



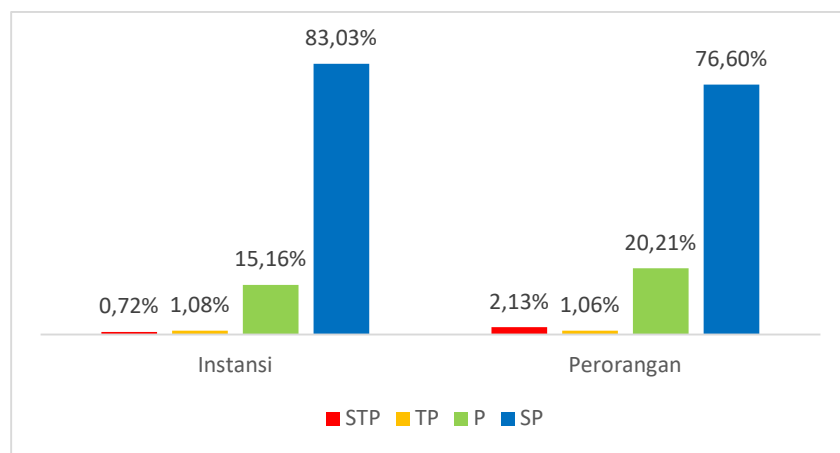
Gambar 6 Sebaran responden berdasarkan tingkat kepuasannya

Gambar 7 menunjukkan profil tingkat kepuasan responden berdasarkan jenis kelamin. Pada kelompok laki-laki, mayoritas responden menyatakan sangat puas sebesar 80,00%, diikuti 17,73% responden yang merasa puas, sementara proporsi yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas relatif kecil, masing-masing sebesar 0,91% dan 1,36%. Pola serupa terlihat pada responden perempuan, dengan 83,44% menyatakan sangat puas dan 14,57% merasa puas; hanya 1,32% yang menyatakan tidak puas dan 0,66% yang menyatakan sangat tidak puas. Pada umumnya, baik responden laki-laki maupun perempuan menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap layanan BIG.



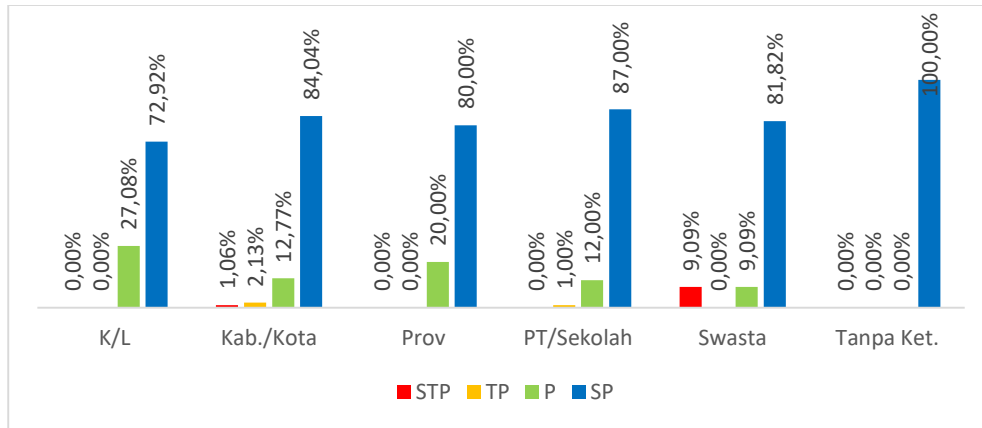
Gambar 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar 8 menyajikan informasi mengenai profil tingkat kepuasan responden berdasarkan kelompok pengguna. Pada kelompok instansi, mayoritas responden memberikan penilaian sangat puas, yaitu sebesar 83,03%, diikuti 15,16% responden yang merasa puas. Hanya sebagian kecil responden yang menyatakan tidak puas dan sangat tidak puas, masing-masing sebesar 1,08% dan 0,72%. Sementara itu, pada kelompok perorangan, tingkat kepuasan juga didominasi oleh responden yang merasa sangat puas sebesar 76,60%, dengan 20,21% lainnya menyatakan puas. Proporsi responden yang memberikan penilaian tidak puas dan sangat tidak puas relatif kecil, yaitu 1,06% dan 2,13%. Kedua kelompok pengguna menunjukkan kecenderungan penilaian yang sangat positif terhadap layanan BIG.



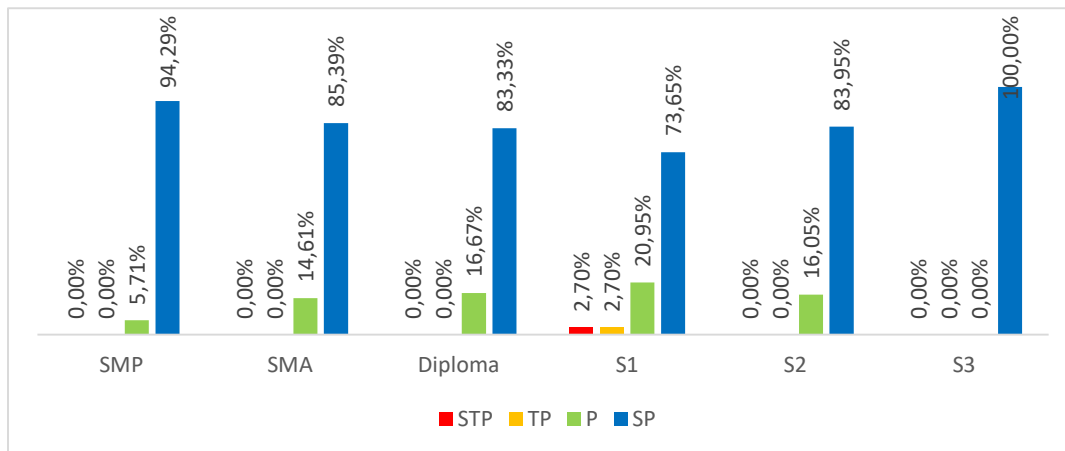
Gambar 8 Profil responden berdasarkan kelompok pengguna

Tingkat kepuasan responden dari berbagai instansi yang ditunjukkan pada Gambar 9 umumnya berada pada kategori sangat tinggi. Hampir seluruh kelompok instansi didominasi oleh penilaian sangat puas (SP), yang konsisten menjadi kategori dengan proporsi tertinggi pada semua kelompok. Pada instansi perguruan tinggi/sekolah dan pemerintah kabupaten/kota, kategori SP bahkan tampak sedikit lebih menonjol dibanding kelompok lainnya. Di sisi lain, kategori sangat tidak puas (STP) hanya pada kelompok swasta yang terlihat kemunculan STP meskipun dalam persentase yang sangat kecil. Penilaian tidak puas (TP) juga jarang muncul dan hanya tampak pada sebagian kecil kelompok seperti kabupaten/kota dan swasta. Hal ini memperlihatkan bahwa layanan BIG diterima dengan sangat baik oleh pengguna dari berbagai jenis instansi, dengan dominasi kuat pada kategori sangat puas dan minimnya penilaian negatif..

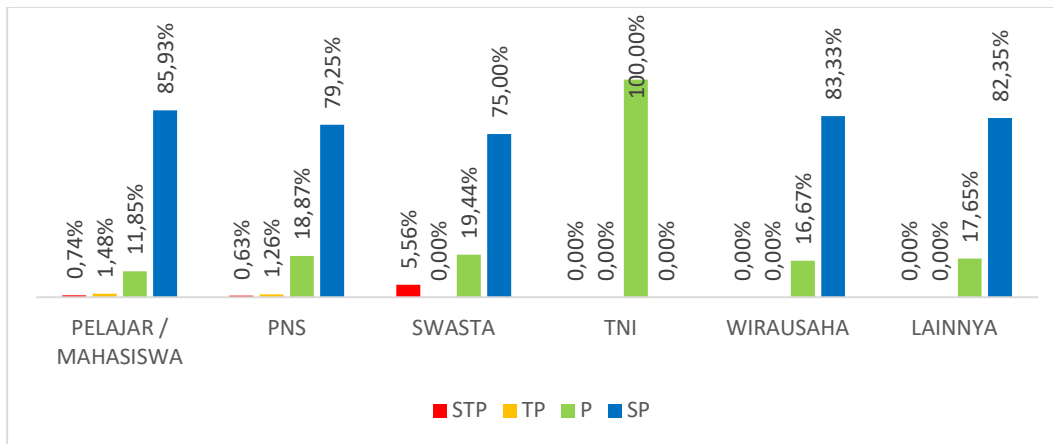


Gambar 9 Profil responden berdasarkan asal instansinya

Gambar 10 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terhadap layanan BIG sangat tinggi pada seluruh jenjang pendidikan. Hampir semua kelompok, didominasi oleh penilaian sangat puas, dengan proporsi yang konsisten berada pada level yang sangat tinggi. Responden dengan pendidikan sarjana (S1) menunjukkan variasi pendapat sedikit lebih besar dibanding kelompok lainnya, namun tetap memperlihatkan kecenderungan kepuasan yang kuat. Sementara itu, responden dengan pendidikan pascasarjana (S2 dan S3) memperlihatkan tingkat kepuasan yang sangat stabil dan tinggi.



Gambar 10 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir



Gambar 11 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan

Gambar 11 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden terhadap layanan BIG sangat tinggi di seluruh kategori pekerjaan, dan pola ini selaras dengan distribusi jumlah responden pada Gambar 5. Mengingat bahwa dua kelompok terbesar dalam survei adalah PNS (42,86%) dan pelajar/mahasiswa (36,39%), dominasi penilaian “sangat puas” pada kedua kelompok ini memberikan kontribusi besar terhadap tingginya tingkat kepuasan secara keseluruhan. Pada kelompok pelajar/mahasiswa dan PNS, proporsi penilaian sangat puas terlihat mendominasi, sementara penilaian negatif hampir tidak muncul. Kelompok swasta dan wirausaha, yang proporsi respondennya jauh lebih kecil (masing-masing 9,70% dan 1,62% pada Gambar 5), menunjukkan sedikit variasi karena sebagian responden memberikan penilaian “puas”, namun tetap mempertahankan tingkat kepuasan positif secara umum. Sementara itu, kelompok TNI hanya berjumlah satu orang, dan responden tunggal ini memberikan penilaian “puas”, sehingga tidak muncul variasi nilai pada kategori tersebut. Secara keseluruhan, jika mempertimbangkan distribusi jumlah responden pada Gambar 5, tingkat kepuasan yang tinggi terutama digerakkan oleh kelompok terbesar, yakni PNS dan pelajar/mahasiswa, yang secara konsisten menilai layanan BIG sangat baik.

4.3 Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Analisis *Importance Performance Analysis (IPA)*-*Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk menentukan nilai IKM. Analisis IPA mengukur hubungan antara harapan pengguna dan perasaan pengguna saat ini tentang produk atau layanan. IPA ditunjukkan pada diagram kartesius. Seperti yang disebutkan sebelumnya dalam bagian latar belakang, karakteristik pelayanan yang diukur dalam kegiatan ini adalah:

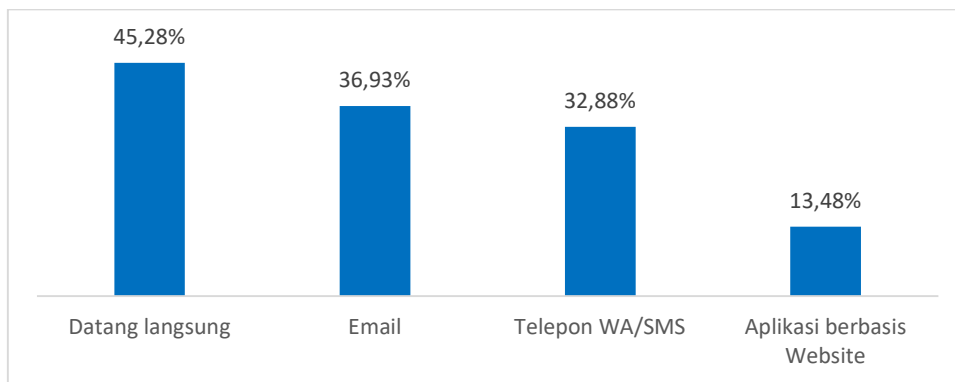
1. Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A),

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).

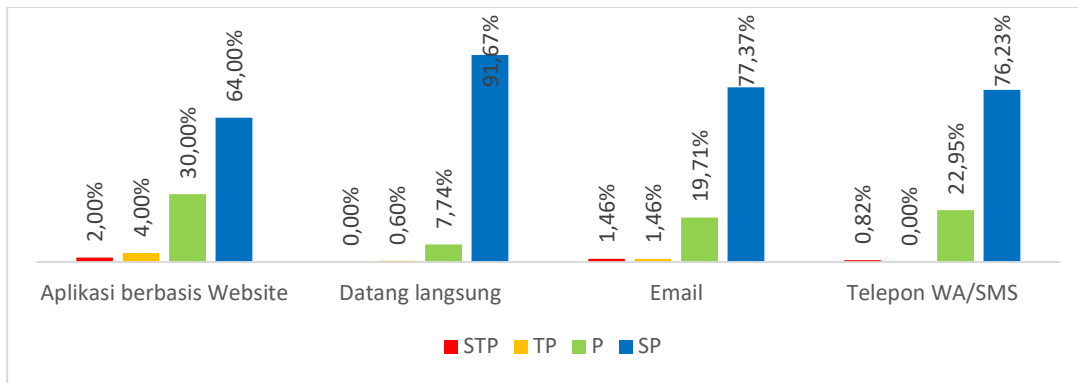
Penomoran atribut-atribut tersebut dari 1 sampai 9 ditulis sebagai huruf, yaitu A sampai dengan I selanjutnya akan digunakan sebagai simbol masing-masing atribut pada diagram IPA yang ditampilkan.

4.3.1 Nilai IKM Berdasarkan Cara Perolehan Produk/Layanan BIG

Produk atau layanan BIG dapat diperoleh melalui beberapa cara, dan Gambar 12 menunjukkan distribusi responden berdasarkan cara mereka mengakses layanan tersebut. Mayoritas responden memperoleh produk/layanan BIG dengan datang langsung, yakni sebesar 45,28%, menjadikannya cara yang paling banyak digunakan. Cara berikutnya yang cukup dominan adalah melalui email, yang digunakan oleh 36,93% responden. Selain itu, 32,88% responden mengakses layanan BIG melalui telepon, WhatsApp, atau SMS, sehingga tetap menjadi salah satu saluran komunikasi yang cukup populer. Sementara itu, penggunaan aplikasi berbasis website tercatat paling rendah, yaitu sebesar 13,48%, menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan berbasis web masih belum seintensif metode lainnya.

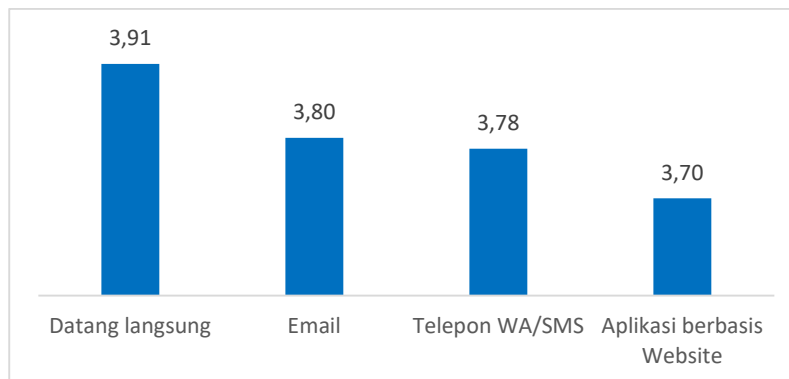


Gambar 12 Persentase responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG



Gambar 13 Profil responden berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

Gambar 13 menunjukkan tingkat kepuasan responden berdasarkan cara mereka memperoleh produk atau layanan BIG yang didominasi oleh kategori sangat puas (SP). Responden yang datang langsung menunjukkan tingkat kepuasan tertinggi, dengan proporsi SP yang hampir mencapai seluruh responden, sementara cara perolehan melalui email dan telepon/WA/SMS juga memperlihatkan mayoritas responden berada pada kategori sangat puas meskipun disertai porsi penilaian “puas” (P) yang sedikit lebih besar dibanding metode datang langsung. Pada cara perolehan layanan melalui aplikasi berbasis website, kepuasan responden tampak lebih bervariasi, kategori puas muncul dalam proporsi yang lebih besar, dan penilaian sangat tidak puas maupun tidak puas meski kecil tetap terlihat. Hal ini mengindikasikan bahwa berbagai cara perolehan layanan BIG diterima dengan sangat baik oleh pengguna, dengan metode datang langsung sebagai metode perolehan layanan yang menunjukkan tingkat kepuasan paling tinggi dan stabil.



Gambar 14 Nilai IKM berdasarkan cara perolehan produk/layanan BIG

Sebaran nilai IKM berdasarkan cara memperoleh produk/layanan disajikan pada Gambar 14. Grafik menunjukkan bahwa cara memperoleh produk/layanan dengan datang langsung memiliki nilai IKM tertinggi, yaitu sebesar 3,91, diikuti oleh cara melalui email dengan nilai 3,80.

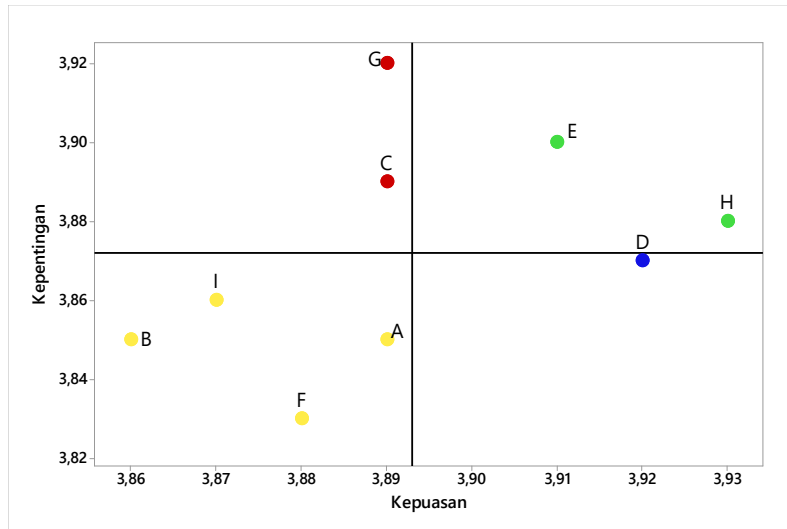
Selanjutnya, memperoleh layanan melalui telepon/WA/SMS menghasilkan nilai IKM sebesar 3,78, yang juga berada dalam kategori baik. Sementara itu, nilai IKM terendah terdapat pada saluran aplikasi berbasis website, yaitu 3,70. Keempat nilai IKM ini melebihi 3,53, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan layanan yang mereka terima dari BIG melalui empat cara yang tersedia

4.3.1.1 Datang Langsung

Nilai IKM untuk perolehan layanan dengan datang langsung adalah 3,91 dengan persentase IKM sebesar 97,75%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A yang berarti bahwa kinerja layanan dengan datang langsung dianggap sangat baik oleh responden pengguna layanan dengan cara datang langsung. Tabel 2 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat, yang didasarkan pada atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Hasil perhitungan terhadap responden yang menggunakan layanan datang langsung dari BIG menunjukkan bahwa responden secara umum sangat puas dengan layanan tersebut. Ini ditunjukkan dengan penilaian responden terhadap semua atribut yang memenuhi standar pelayanan A, atau kinerja pelayanan yang sangat baik. Kewajaran biaya dan kualitas sarana prasarana menerima skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan datang langsung.

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	3.89	97.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.86	96.50%	A
C	Kecepatan waktu	3.89	97.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.92	98.00%	A
E	Kesesuaian Produk	3.91	97.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.88	97.00%	A
G	Perilaku Petugas	3.89	97.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.93	98.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.87	96.75%	A



Gambar 15 Diagram IPA layanan yang diperoleh dengan cara datang langsung

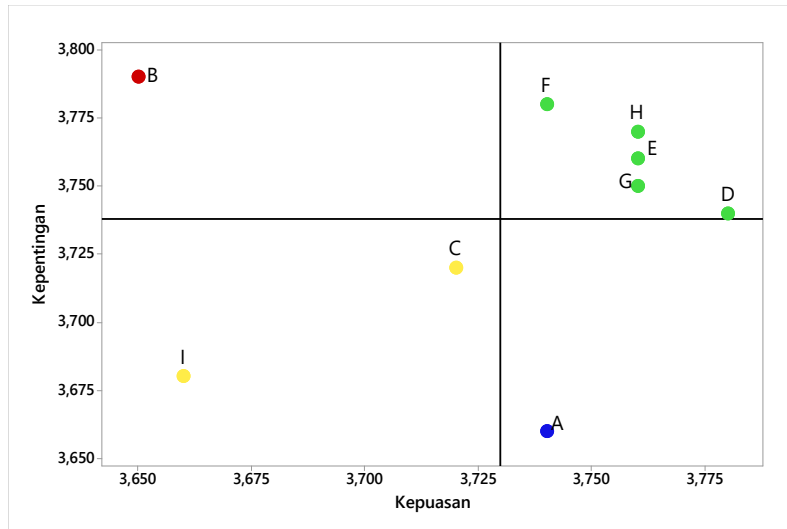
Gambar 15 menunjukkan diagram IPA untuk layanan dengan cara datang langsung. Berdasarkan Gambar 15 dapat diketahui bahwa secara umum nilai kepuasan responden sudah cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat beberapa atribut yang menjadi prioritas perbaikan bagi layanan dengan cara datang langsung. Atribut tersebut **kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C), dan Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**. Hal tersebut dikarenakan atribut ini memiliki nilai **kepentingan yang tinggi** akan tetapi nilai **kepuasannya rendah**. Aspek adalah **persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** terletak di **Kuadrat III**. Karena atribut ini dianggap kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan mereka juga relatif kecil, diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan agar meningkatkan kepuasan pengguna layanan. **Kewajaran biaya/tarif dalam memberikan layanan (D)** memiliki performa yang sangat baik namun bagi responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Atribut yang berada di **Kuadran II** adalah **kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E) dan Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Ini menunjukkan bahwa sifat tersebut **memiliki tingkat kepentingan yang tinggi** dan memiliki **kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya harus dipertahankan.

4.3.1.2 Email

Nilai IKM untuk perolehan layanan dengan email adalah 3,80 dengan persentase IKM sebesar 95,00%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A yang berarti bahwa kinerja layanan dengan email dianggap sangat baik oleh responden pengguna layanan melalui email. Tabel 3 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat, yang didasarkan pada atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Hasil perhitungan terhadap responden yang menggunakan layanan datang langsung dari BIG menunjukkan bahwa responden secara umum sangat puas dengan layanan tersebut. Ini ditunjukkan dengan penilaian responden terhadap 9 atribut yang memenuhi standar pelayanan A, atau kinerja pelayanan yang sangat baik. Kewajaran biaya menerima skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan email.

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	3.74	93.50%	A
B	Kemudahan prosedur	3.65	91.25%	A
C	Kecepatan waktu	3.72	93.00%	A
D	Kewajaran biaya	3.78	94.50%	A
E	Kesesuaian Produk	3.76	94.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.74	93.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.76	94.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.76	94.00%	A
I	Penanganan pengaduan	3.66	91.50%	A



Gambar 16 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui email

Informasi tentang diagram IPA untuk layanan yang diperoleh melalui email disajikan pada Gambar 16. Nilai kepuasan responden secara umum cukup tinggi, namun apabila dibandingkan dengan tingkat kepentingannya, **kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** merupakan atribut dengan nilai kepentingan yang tinggi tetapi nilai kepuasan yang rendah, sehingga atribut ini memerlukan perhatian khusus. Adapun atribut yang perlu dilakukan pertimbangan untuk perbaikan layanan adalah, **kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Ini disebabkan oleh fakta bahwa atribut-atribut ini tidak memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang tinggi dibandingkan dengan atribut lainnya. **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** memiliki performa yang sangat baik namun bagi responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Atribut yang berada di **Kuadran II** adalah **kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, **kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Ini menunjukkan bahwa sifat-sifat tersebut **memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya harus dipertahankan.

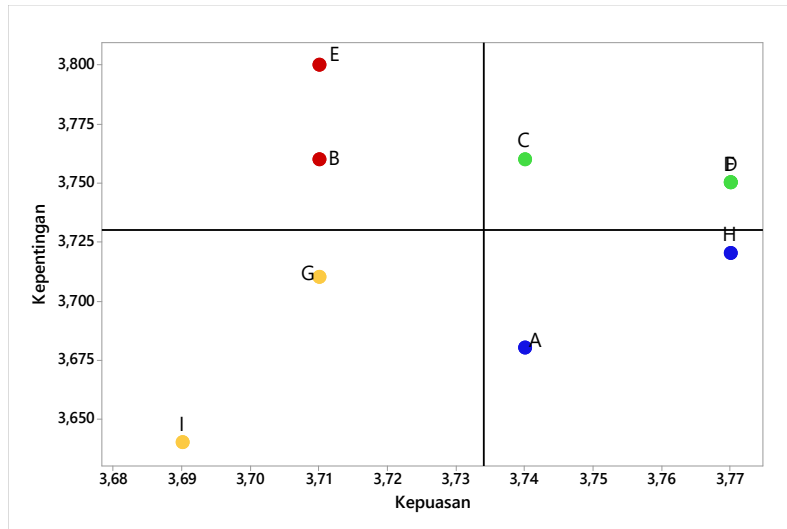
4.3.1.3 Telepon/WA/SMS

Nilai IKM untuk perolehan layanan dengan Telepon/WA/SMS adalah 3,78 dengan persentase IKM sebesar 94,50%. Menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A yang berarti bahwa kinerja layanan dengan Telepon/WA/SMS dianggap sangat baik oleh responden pengguna layanan melalui Telepon/WA/SMS.

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	3.74	93.50%	A
B	Kemudahan prosedur	3.71	92.75%	A
C	Kecepatan waktu	3.74	93.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.77	94.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.71	92.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.77	94.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.71	92.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.77	94.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.69	92.25%	A

Tabel 4 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat, yang didasarkan pada atribut yang diukur terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Hasil perhitungan terhadap responden yang menggunakan layanan melalui Telepon/WA/SMS dari BIG menunjukkan bahwa responden secara umum sangat puas dengan layanan tersebut. Ini ditunjukkan dengan penilaian responden terhadap 9 atribut yang memenuhi standar pelayanan A, atau kinerja pelayanan yang sangat baik. Kewajaran biaya, kualitas sarana prasarana, dan kompetensi petugas menerima skor tertinggi untuk aspek/unsur layanan dengan Telepon.WA/SMS.



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

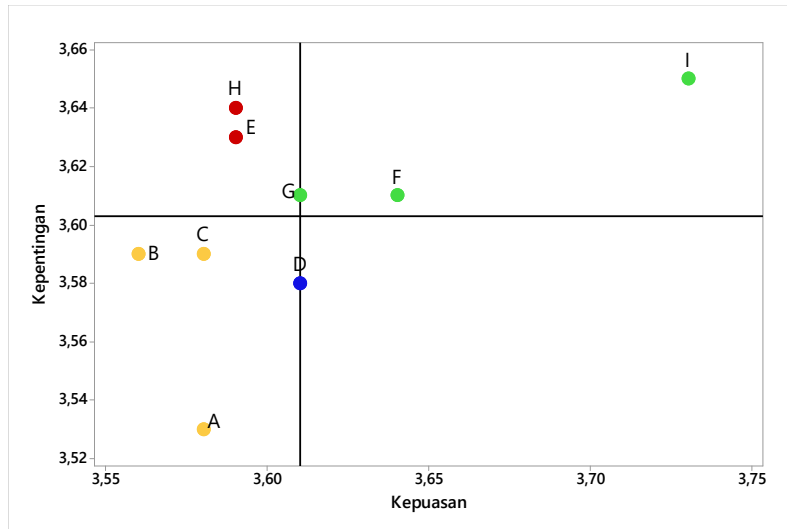
Gambar 17 menunjukkan diagram IPA dan rekomendasi untuk meningkatkan layanan melalui telepon, WA, atau SMS. Nilai kepuasan responden secara umum cukup tinggi, tetapi atribut **kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** berada pada **kuadran I**, sehingga atribut ini harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya. **Kuadran IV** ditempati oleh atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** yang dinilai memiliki performa yang baik tetapi menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Terletak di kuadran III, atribut dan **penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** dan **perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** dianggap kurang penting oleh pengguna, dan tingkat kepuasan mereka juga agak rendah. Oleh karena itu, atribut yang terletak di kuadran III perlu pertimbangan untuk melakukan perbaikan layanan melalui Telepon/WA/SMS. Atribut yang berada di **Kuadran II** adalah **kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)**, **kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Ini menunjukkan bahwa sifat-sifat tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya harus dipertahankan.

4.3.1.4 Aplikasi Berbasis Website

Nilai IKM untuk layanan melalui Aplikasi berbasis website adalah 3,70 dengan persentase 92,50%, yang menurut PERMENPAN No. 14 Tahun 2017 berada pada mutu pelayanan A atau sangat baik. Seluruh atribut dalam Tabel 5 juga memperoleh mutu A, menunjukkan bahwa setiap aspek layanan telah memenuhi standar yang sangat baik. Atribut Penanganan pengaduan memiliki skor tertinggi diikuti oleh Kompetensi petugas, Kewajaran biaya, dan Perilaku petugas yang juga dinilai sangat baik oleh pengguna. Walaupun beberapa atribut seperti Kemudahan prosedur dan Kesesuaian syarat memiliki nilai sedikit lebih rendah dibanding atribut lainnya, keduanya tetap berada pada kategori sangat baik.

Tabel 5 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut pada Perolehan Pelayanan dengan Cara Aplikasi Berbasis Website

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.58	89.50%	A
B	Kemudahan prosedur	3.56	89.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.58	89.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.61	90.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.59	89.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.64	91.00%	A
G	Perilaku Petugas	3.61	90.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.59	89.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.73	93.25%	A

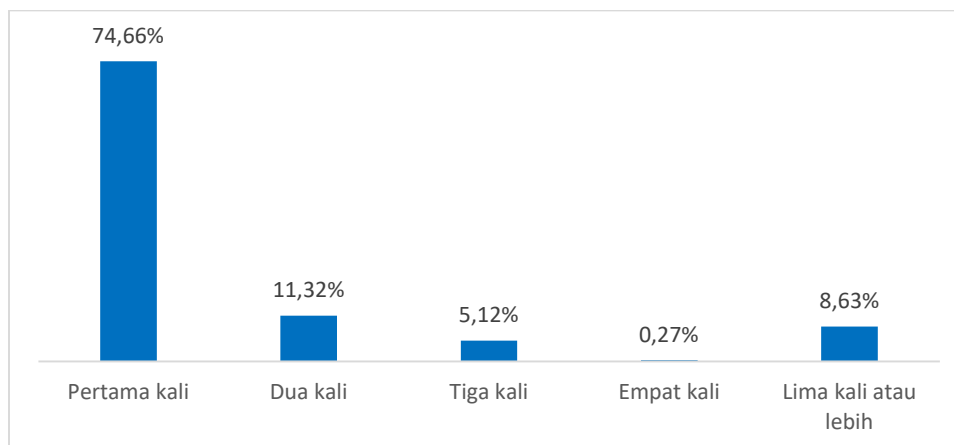


Gambar 18 Diagram IPA layanan yang diperoleh melalui Aplikasi berbasis web

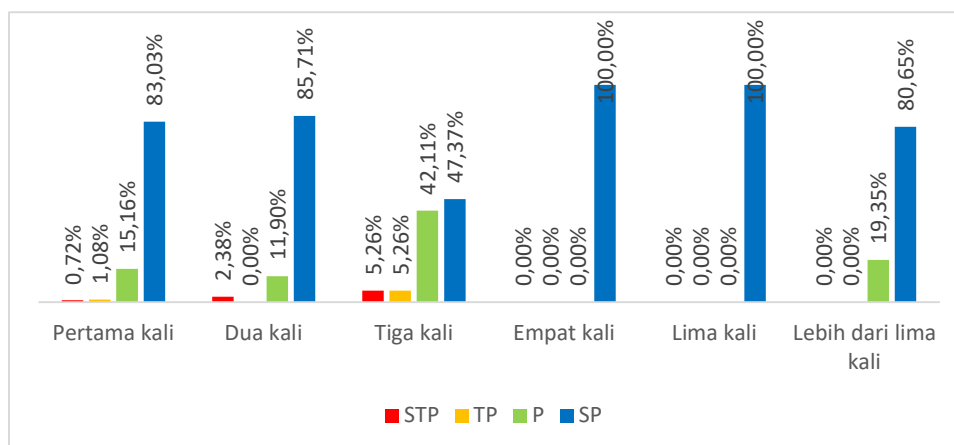
Gambar 18 menunjukkan diagram IPA dan rekomendasi untuk meningkatkan layanan melalui Aplikasi berbasis web. Nilai kepuasan responden secara umum cukup tinggi, tetapi atribut **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** dan **kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** berada pada kuadran I, sehingga atribut-atribut ini harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya. Terletak di kuadran III, atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, dan **kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dianggap kurang penting oleh pengguna, dan tingkat kepuasan mereka juga agak rendah. Oleh karena itu, atribut yang terletak di kuadran III perlu pertimbangan untuk melakukan perbaikan layanan melalui Aplikasi berbasis website. Kuadran IV ditempati oleh atribut **kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)** yang dinilai memiliki **performa yang baik tetapi menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah**. Atribut yang berada di **Kuadran II** adalah perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), penanganan pengaduan pengguna layanan (I), dan kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F). Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa sifat-sifat tersebut **memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik**, sehingga kinerjanya harus dipertahankan.

4.3.2 Nilai IKM Berdasarkan Frekuensi Mendapatkan Layanan dari BIG

Setiap orang yang telah menerima layanan dari BIG akan diminta untuk mengisi kuesioner IKM. Hal ini berarti bahwa orang yang sama yang telah menggunakan produk atau layanan BIG dapat mengisi kuesioner lebih dari satu kali, tergantung pada frekuensi responden mendapatkan layanan dari BIG. Pada survei ini terdapat lima frekuensi yang diukur yaitu, pertama kali, dua kali, tiga kali, empat kali, dan lima kali atau lebih. Gambar 19 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG. Berdasarkan Gambar 19 diketahui bahwa responden yang baru pertama kali mendapatkan layanan dari BIG adalah yang paling banyak yaitu 74,66%, sedangkan responden yang paling sedikit adalah mereka yang telah mendapatkan layanan dari BIG empat kali yaitu 0,27% (hanya satu orang responden). Responden yang telah mendapatkan layanan BIG sebanyak dua kali sebesar 11,32%, tiga kali adalah 5,12%, dan lima kali atau lebih ada sebanyak 8,63% responden.



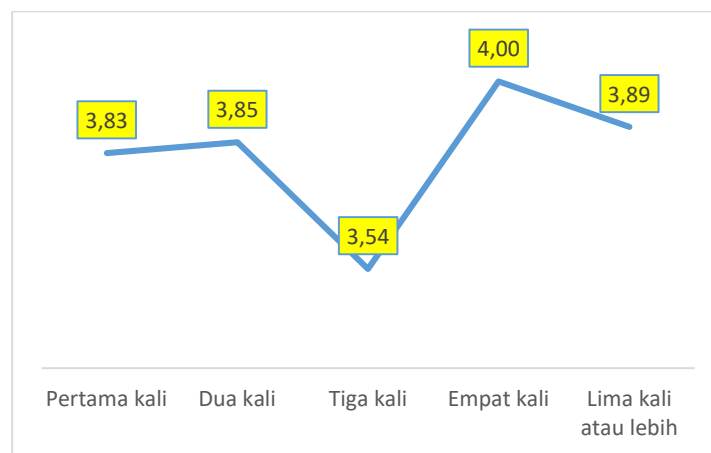
Gambar 19 Persentase responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG



Gambar 20 Profil responden berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

Gambar 20 menunjukkan profil kepuasan responden berdasarkan frekuensi mereka dalam mendapatkan layanan dari BIG. Secara umum, mayoritas responden pada seluruh kategori frekuensi, baik yang baru pertama kali menggunakan layanan, dua kali, hingga lebih dari lima kali, memberikan penilaian sangat puas, yang terlihat dari dominasi kategori sangat puas (SP) di semua kelompok. Responden yang telah menerima layanan tiga kali atau lebih tampak memiliki tingkat kepuasan yang semakin stabil, dengan proporsi penilaian puas dan sangat puas yang tinggi, serta hampir tidak terdapat penilaian tidak puas. Sementara itu, kelompok yang baru pertama kali dan kedua kali menerima layanan juga menunjukkan kecenderungan positif dengan sebagian besar memilih kategori puas dan sangat puas.

Gambar 21 menunjukkan nilai IKM berdasarkan frekuensi responden dalam mendapatkan layanan dari BIG. Dari grafik tersebut terlihat bahwa pengguna yang baru pertama kali menerima layanan memberikan nilai IKM sebesar 3,83, kemudian mengalami sedikit peningkatan pada penggunaan kedua dengan nilai 3,85. Pada penggunaan ketiga, nilai IKM menurun cukup signifikan menjadi 3,54, namun kepuasan kembali meningkat tajam pada penggunaan keempat, yang mencapai nilai 4,00, sehingga menjadi nilai tertinggi di antara seluruh frekuensi. Pada responden yang telah menerima layanan lima kali atau lebih, nilai IKM kembali stabil di angka 3,89. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan adanya fluktuasi tingkat kepuasan berdasarkan frekuensi penggunaan layanan, dengan puncak kepuasan terjadi pada penggunaan keempat. Meskipun terdapat penurunan pada frekuensi ketiga, kenaikan kembali pada frekuensi empat kali dan lima kali atau lebih menandakan bahwa BIG mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan pengguna seiring meningkatnya intensitas penggunaan layanan.



Gambar 21 Nilai IKM berdasarkan frekuensi mendapatkan layanan dari BIG

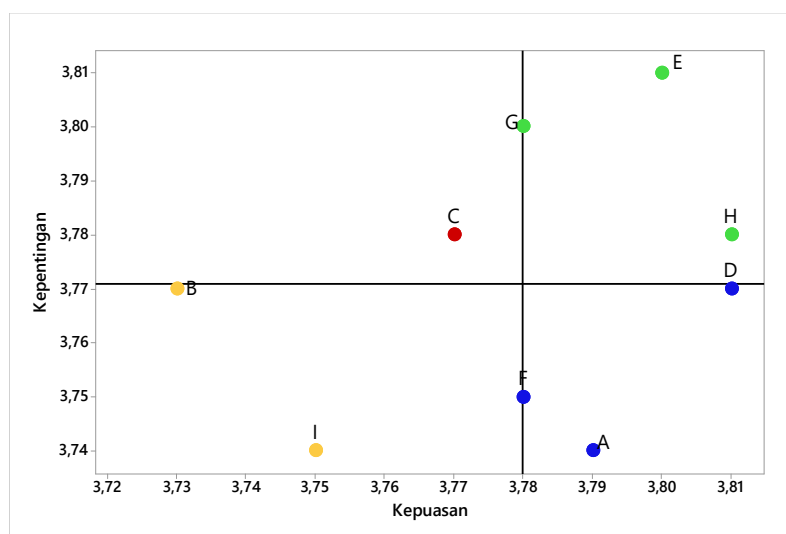
4.3.2.1 Pertama kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan pertama kali adalah 3,83 dengan persentase IKM sebesar 95,75%. Nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017, artinya responden menilai kinerja pelayanan sangat baik pada frekuensi perolehan layanan pertama kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak satu kali. Hasilnya menunjukkan bahwa responden menilai 9 atribut yang memenuhi standar pelayanan A, yang berarti kinerja pelayanan mereka sangat baik. Kesesuaian produk menerima skor tertinggi dari aspek/unsur pada responden yang mendapatkan layanan pertama kali.

Tabel 6 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	3.79	94.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.73	93.25%	A
C	Kecepatan waktu	3.77	94.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.81	95.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.8	95.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.78	94.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.78	94.50%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.81	95.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.75	93.75%	A

Informasi mengenai diagram IPA ada pada gambar 22 dimana responden yang baru pertama kali menerima layanan dari BIG menunjukkan bahwa **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada di Kuadran I. Ini berarti bahwa atribut ini dianggap sangat penting oleh pengguna, namun tingkat kepuasan yang mereka rasakan masih relatif rendah. Oleh karena itu, atribut ini sebaiknya menjadi prioritas untuk perbaikan guna meningkatkan kepuasan pengguna. Lalu pada **Kuadran II**, terdapat atribut **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**, yang memiliki tingkat kepentingan dan kepuasan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pada atribut-atribut ini sangat baik dan perlu dipertahankan karena merupakan elemen kunci yang memuaskan pengguna layanan. Pada **Kuadran III** dimana atribut **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** dan **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** adalah atribut yang memerlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa ketiga atribut tersebut memiliki nilai kepentingan yang rendah dan kepuasan yang rendah dibandingkan atribut lainnya. Terakhir, pada kuadran IV **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** adalah empat atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah.



Gambar 22 Diagram IPA *responden pertama kali mendapatkan layanan dari BIG*

4.3.2.2 Dua kali

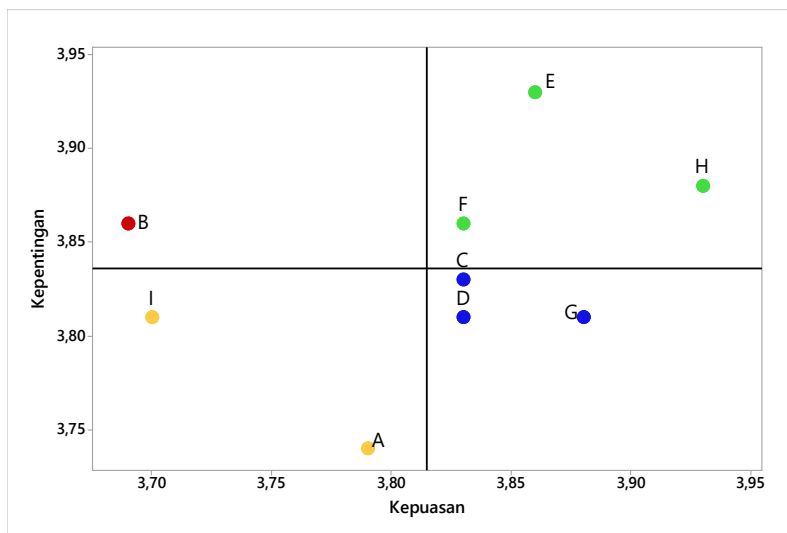
Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan dua kali adalah 3,85 dengan persentase IKM sebesar 96,25%. Nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017, artinya responden menilai kinerja pelayanan sangat baik pada frekuensi perolehan layanan kedua kali. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah memperoleh layanan sebanyak dua kali. Tabel 7 menunjukkan bahwa responden menilai 9 atribut yang memenuhi standar pelayanan A, yang berarti kinerja pelayanan mereka sangat baik. Kualitas sarana dan prasarana menerima skor tertinggi dari aspek/unsur pada responden yang mendapatkan layanan dua kali.

Tabel 7 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	3.79	94.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.69	92.25%	A
C	Kecepatan waktu	3.83	95.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.83	95.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.86	96.50%	A
F	Kompetensi petugas	3.83	95.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.88	97.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.93	98.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.7	92.50%	A

Gambar 23 menyajikan informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan bagi responden yang telah mendapatkan layanan dari BIG sebanyak dua kali. Nilai kepuasan

responden secara umum sudah cukup tinggi, namun jika dibandingkan dengan tingkat kepentingannya terdapat atribut yang berada di kuadran I yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**. Oleh karena itu, atribut tersebut harus menjadi prioritas perbaikan kinerjanya. Pada kuadran II terdapat atribut **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang bagus, sehingga kinerjanya harus dipertahankan. Atribut yang perlu menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan layanan adalah atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** karena responden merasa kurang penting dan tingkat kepuasannya juga rendah. . Kuadran IV ditempati oleh atribut **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** yang dinilai memiliki performa yang baik tetapi menurut responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah.



Gambar 23 Diagram IPA responden dua kali mendapatkan layanan dari BIG

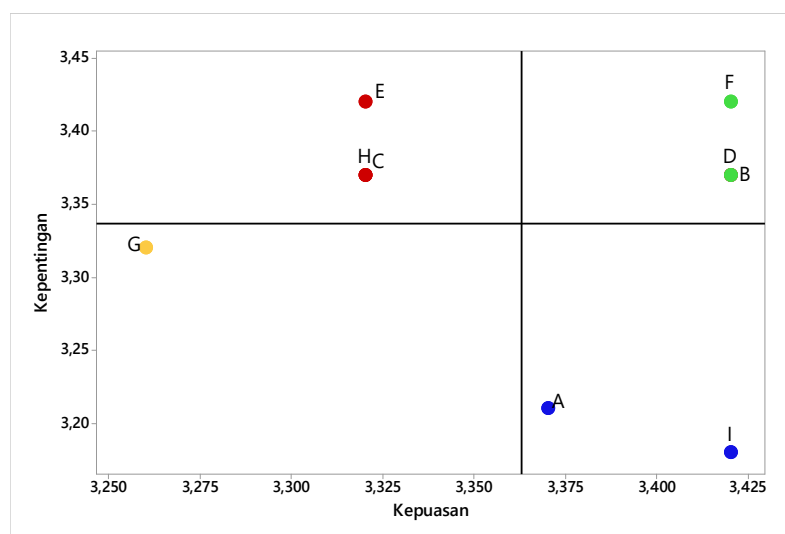
4.3.2.3 Tiga kali

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan tiga kali adalah 3,54 dengan persentase IKM sebesar 88,5%. Nilai ini berada pada batas bawah interval mutu pelayanan A menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak tiga kali. Tabel 8 menunjukkan bahwa responden menilai semua atribut yang memenuhi standar pelayanan B, yang berarti kinerja pelayanan mereka baik. Kemudahan prosedur, Kewajaran biaya, Kompetensi petugas, dan penanganan pengaduan menerima skor tertinggi dari aspek/unsur pada responden yang mendapatkan layanan tiga kali.

Tabel 8 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	3.37	84.25%	B
B	Kemudahan prosedur	3.42	85.50%	B
C	Kecepatan waktu	3.32	83.00%	B
D	Kewajaran biaya	3.42	85.50%	B
E	Kesesuaian Produk	3.32	83.00%	B
F	Kompetensi petugas	3.42	85.50%	B
G	Perilaku Petugas	3.26	81.50%	B
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.32	83.00%	B
I	Penanganan pengaduan	3.42	85.50%	B

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan layanan BIG untuk responden yang telah tiga kali mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 24. Berdasarkan Gambar 24 dapat diketahui bahwa secara umum tingkat kepuasan responden dalam menerima layanan BIG sudah cukup tinggi, namun jika dibandingkan dengan tingkat kepentingannya, terdapat empat atribut yang berada di **kuadran I** yaitu **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Ketiga atribut tersebut perlu menjadi prioritas perbaikan layanan BIG karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Selain itu, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** merupakan atribut tersebut yang juga perlu menjadi prioritas perbaikan layanan BIG karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan juga tingkat kepuasan responden masih rendah. **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** adalah dua atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Adapun atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan Adalah **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, **Kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan performa layanan sudah baik.



Gambar 24 Diagram IPA responden tiga kali mendapatkan layanan dari BIG

4.3.2.4 Empat kali

Untuk frekuensi perolehan layanan empat kali, yang menjadi perhatian Adalah respondennya hanya satu orang, Dimana satu orang tersebut merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diperoleh dari BIG sehingga nilai IKM adalah 4,00 dengan persentase IKM sebesar 100%. Nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A, menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017 yang berarti bahwa responden dengan frekuensi memperoleh layanan sebanyak empat kali menilai bahwa kinerja pelayanan BIG adalah sangat baik. Semua atribut yang dinilai memperoleh skor sempurna yaitu 4,00 dan konversi sebesar 100%.

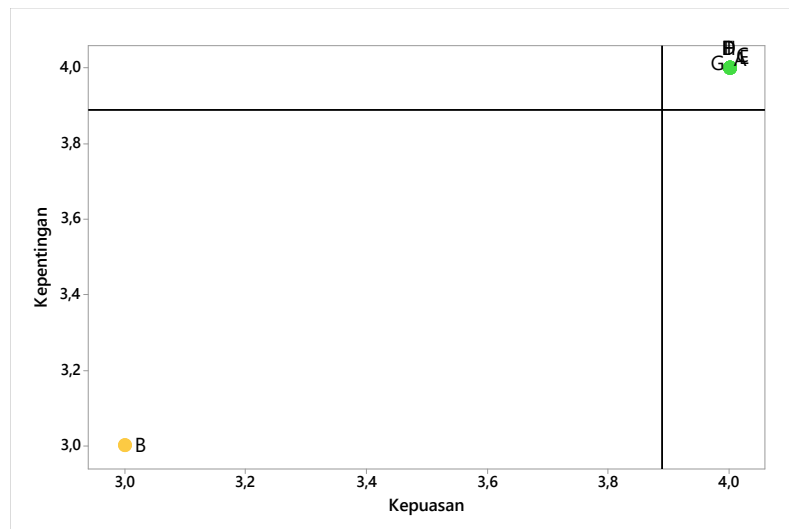
4.3.2.5 Lima kali atau lebih

Nilai IKM pada frekuensi perolehan layanan lima kali atau lebih adalah 3,89 dengan persentase IKM sebesar 97,25%. Nilai ini berada pada interval mutu pelayanan A menurut kategori yang dibuat oleh PERMENPAN No 14 Tahun 2017, artinya responden menilai kinerja pelayanan sangat baik pada frekuensi perolehan layanan lima kali atau lebih. Indeks Kepuasan Masyarakat berdasarkan atribut diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan sebanyak lima kali atau lebih. Tabel 9 menunjukkan bahwa responden menilai 8 dari 9 atribut yang memenuhi standar pelayanan A, yang berarti kinerja pelayanan mereka sangat baik.

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan layanan untuk responden yang telah lima kali atau lebih mendapatkan layanan dari BIG disajikan pada Gambar 26. Gambar 26 menunjukkan tidak terdapat atribut yang berada di kuadran I dan kuadran IV. Terdapat satu atribut yang dinilai memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan juga tingkat kepuasan responden masih rendah yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**. Selain atribut tersebut dinilai oleh responden telah memiliki kinerja yang baik dengan tingkat kepentingan yang tinggi oleh responden.

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

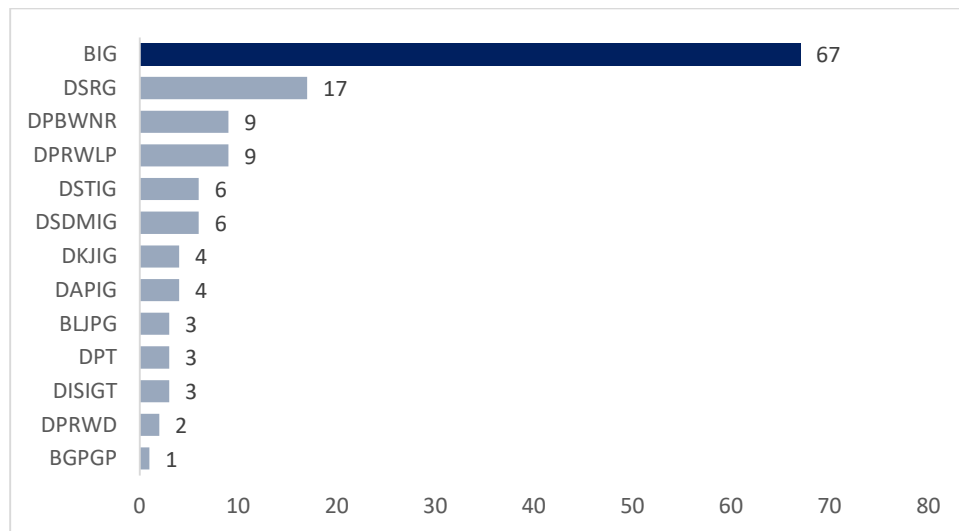
Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	4	100%	A
B	Kemudahan prosedur	3	75%	B
C	Kecepatan waktu	4	100%	A
D	Kewajaran biaya	4	100%	A
E	Kesesuaian Produk	4	100%	A
F	Kompetensi petugas	4	100%	A
G	Perilaku Petugas	4	100%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	4	100%	A
I	Penanganan pengaduan	4	100%	A



Gambar 25 Diagram IPA responden lima kali mendapatkan layanan dari BIG

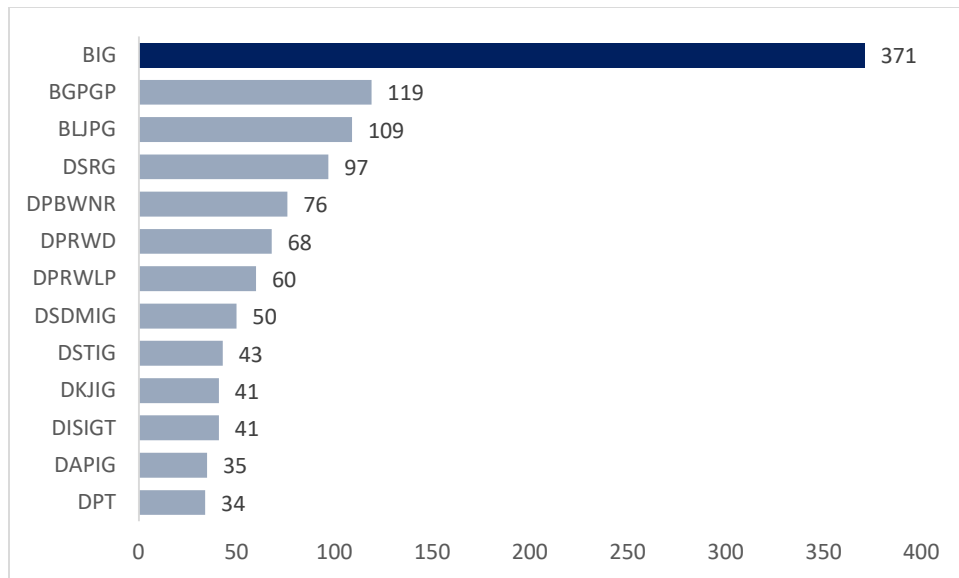
4.3.3 Nilai IKM Per unit di Badan Informasi Geospasial

Dua belas unit diukur nilai IKM nya memiliki hubungan langsung dengan masyarakat pengguna produk dan layanan Informasi Geospasial (IG), dan total layanan yang diukur adalah lima puluh tujuh (67). Gambar 26 menunjukkan jumlah produk dan layanan yang diukur dalam survei kepuasan masyarakat pada tahun 2025. Informasi yang dapat diperoleh dari gambar tersebut adalah bahwa jumlah layanan yang paling banyak diukur berasal dari unit eselon dua (2) Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG) yaitu sebanyak delapan belas (17) layanan. Sedangkan, unit eselon dua (2) Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP) memiliki jumlah layanan paling sedikit yaitu sebanyak satu (1) layanan. Jenis layanan yang diukur pada masing-masing unit secara lebih rinci dapat dilihat pada kuesioner SKM yang tersaji pada Lampiran 2.

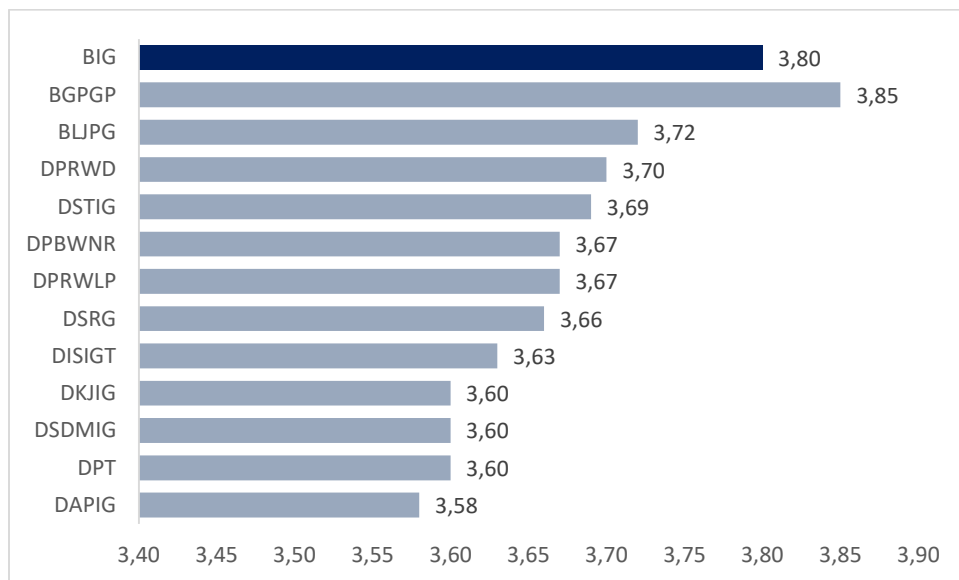


Gambar 26 Sebaran jumlah produk/layanan berdasarkan unit di BIG

Gambar 27 menunjukkan sebaran jumlah responden pengguna produk atau layanan berdasarkan unit eselon dua (2) yang ada di BIG. Perlu diketahui bahwa pada kegiatan ini, satu responden dapat menerima lebih dari satu layanan, oleh karena itu banyaknya responden pengguna layanan di BIG bukan merupakan penjumlahan dari banyaknya responden pengguna layanan pada setiap unit eselon dua (2). Gambar 27 memberikan informasi bahwa unit dengan banyaknya pengguna terbanyak adalah Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP) dengan 119 responden, diikuti oleh Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG) dengan 109 responden. Unit dengan jumlah pengguna paling sedikit adalah Direktorat Pemetaan Tematik (DPT) dengan total 34 responden.



Gambar 27 Sebaran jumlah responden pengguna layanan berdasarkan unit di BIG



Gambar 28 Sebaran nilai IKM berdasarkan unit di BIG

Gambar 28 menunjukkan distribusi nilai IKM pada masing-masing unit. Hasil perhitungan menggunakan formula CSI menunjukkan bahwa Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP) memiliki nilai IKM tertinggi sebesar 3,85; sedangkan Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG) memiliki nilai IKM terkecil yaitu sebesar 3,42. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB nilai IKM yang berada pada interval 3,5324 hingga 4,00 berada pada interval mutu pelayanan A dan kinerja unit pelayanan sangat baik. Oleh karena itu, menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, nilai IKM

untuk dua belas (12) unit yang ada di BIG dominan berada pada interval mutu pelayanan A, atau kinerja yang sangat baik.

4.3.3.1 Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG)

Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG) memiliki jumlah layanan yang diukur pada survei ini sebanyak tujuh belas (17). Layanan tersebut adalah:

1. Deskripsi Jaring Kontrol Geodesi (JKG)
2. Receiver Independent Exchange Format (RINEX) Continously Operating Reference Stations (CORS) Interval 30 detik
3. Koreksi Real Time Kinematic (RTK) CORS
4. Transformasi dan Konversi Koordinat
5. Online Post Processing GNSS
6. Model Deformasi
7. Real Time GNSS
8. Time Series Koordinat CORS
9. Pengamatan Pasut Tervalidasi
10. Konstanta Harmonik Pasut
11. Datum Pasut
12. Prediksi Pasut
13. Model Pasut
14. Data Anomali Gaya berat
15. Model Geoid
16. Pengumpulan Data SRGI
17. Pengolahan Data SRGI.

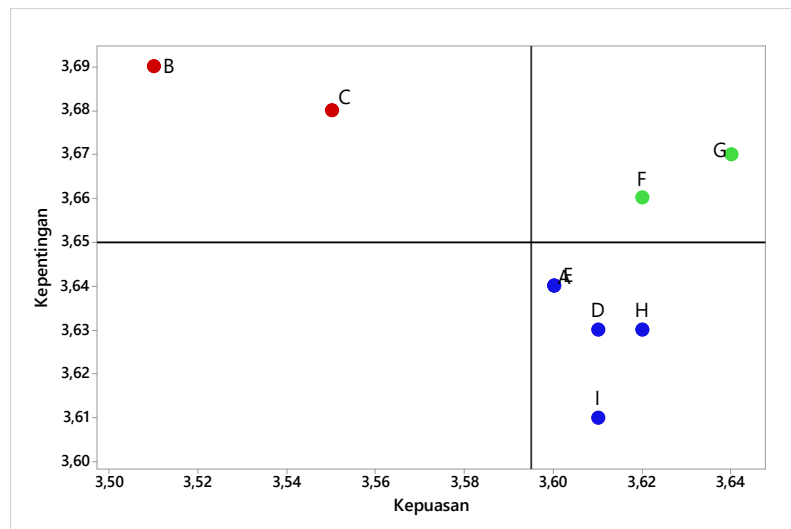
Tabel 10 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.6	90.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.51	87.75%	B
C	Kecepatan waktu	3.55	88.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.61	90.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.6	90.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.62	90.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.64	91.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.62	90.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.61	90.25%	A

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG) tergolong baik karena memiliki mutu pelayanan B dengan nilai IKM sebesar 3,66 dan persentase IKM sebesar 91,50%. Tabel 10 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DSRG. Pengguna layanan unit DSRG telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk seluruh atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A pada hampir setiap atribut. Aspek/unsur layanan BPSDMO dengan skor tertinggi adalah perilaku petugas (kesopanan dan keramahan) saat memberikan layanan (G).

Gambar 29 menyajikan diagram IPA sebagai dasar pemberian rekomendasi perbaikan atribut di DSRG. Gambar 29 menunjukkan bahwa terdapat empat atribut yang berada di **Kuadran I** yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan**

waktu dalam memberikan pelayanan (C). Kedua atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama perbaikan layanan DSRG karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Sementara **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D), Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H), Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** adalah atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Adapun atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan adalah **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G) Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan performa layanan sudah baik.



Gambar 29 Diagram IPA Direktorat Sistem Referensi Geospasial (DSRG)

4.3.3.2 Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD)

Terdapat dua layanan dari Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

1. Layanan Persetujuan Pembuatan IGD
2. Layanan Persetujuan Penggunaan IGD

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan DPRWD tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,70 dan persentase IKM sebesar 92,50%. Tabel 11 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil

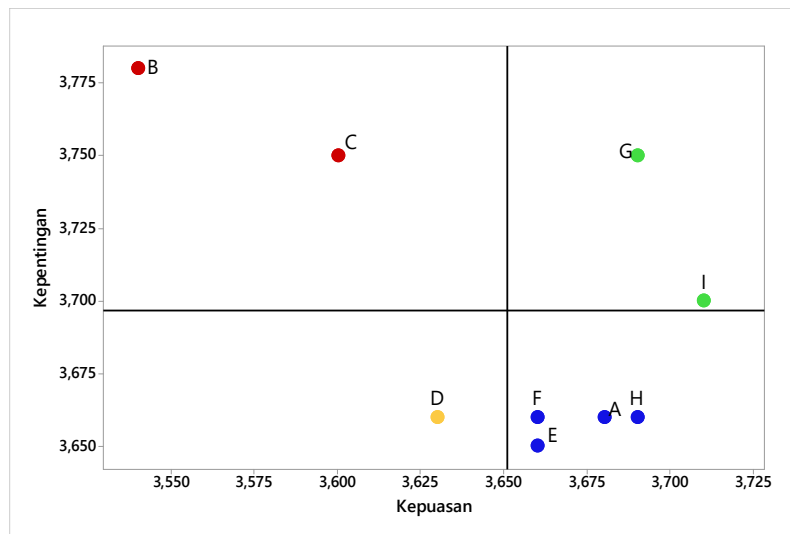
perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DPRWD. Pengguna layanan unit DPRWD telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk semua atribut. Ini ditunjukkan oleh skor A pada keseluruhan atribut. Aspek/unsur layanan DPRWD dengan skor tertinggi adalah Penanganan pengaduan (I).

Tabel 11 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.68	92.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.54	88.50%	A
C	Kecepatan waktu	3.6	90.00%	A
D	Kewajaran biaya	3.63	90.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.66	91.50%	A
F	Kompetensi petugas	3.66	91.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.69	92.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.69	92.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.71	92.75%	A

Diagram IPA untuk DPRWD disajikan pada Gambar 30 menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang berada di Kuadran I yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama perbaikan kinerja di DPRWD karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Lalu pada kuadran III terdapat tiga atribut yaitu **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** merupakan atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan layanan BIG karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan juga tingkat kepuasan responden masih rendah. Sementara **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**,

Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), dan Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H) adalah atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Adapun atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan adalah Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G), dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).



Gambar 30 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat (DPRWD)

4.3.3.3 Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP)

Terdapat sembilan layanan dari Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

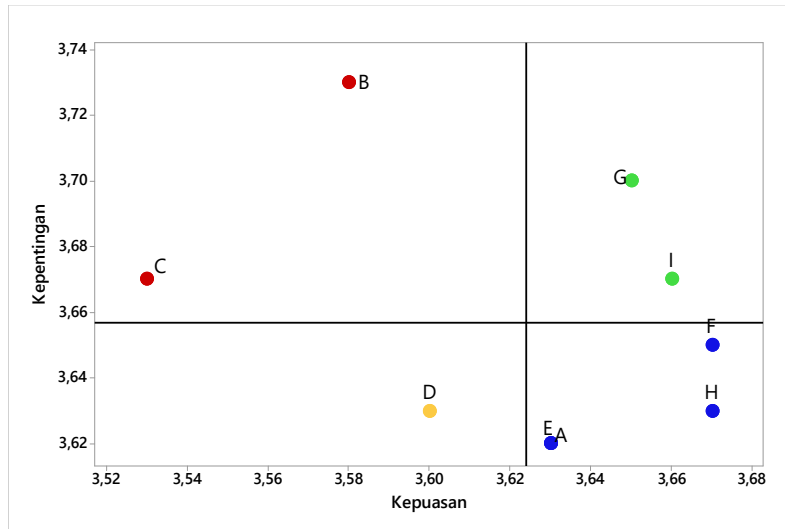
1. Layanan Data Hipsografi Laut
2. Layanan Data Garis Pantai
3. Layanan Data Nama Rupabumi Wilayah Laut
4. Layanan Konsultasi Teknis Garis Pantai
5. Layanan Konsultasi Teknis Pelaksanaan Survei Garis Pantai
6. Layanan Konsultasi Nama Rupabumi Wilayah Laut
7. Layanan Konsultasi Hipsografi Laut
8. Layanan Survei Batimetri Singlebeam

9. Layanan Survei Batimetri Multibeam

Tabel 12 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.63	90.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.58	89.50%	A
C	Kecepatan waktu	3.53	88.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.6	90.00%	A
E	Kesesuaian Produk	3.63	90.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.67	91.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.65	91.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.67	91.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.66	91.50%	A

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP) tergolong sangat sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,67 dan persentase IKM sebesar 91,75%. Tabel 12 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DPWRLP. Pengguna layanan unit DPWRLP telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk sebagian besar atribut. Aspek/unsur layanan DPWRLP dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) dan Kualitas sarana prasarana (H).



Gambar 31 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai (DPWRLP)

Gambar 31 menyajikan diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di DPWRLP. Secara umum tingkat kepuasan responden dalam menerima layanan di DPWRLP sudah cukup tinggi, namun jika dibandingkan dengan tingkat kepentingannya, terdapat dua atribut yang berada di **kuadran I** yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Kedua atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama perbaikan kinerja di DPWRLP karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** adalah atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh responden. Tingkat kepuasan responden juga lebih rendah daripada atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk memperbaiki atribut-atribut ini. Adapun atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang baik adalah **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Oleh karena itu, atribut-atribut tersebut perlu untuk dipertahankan kinerjanya di DPWRLP. Selain itu, jika dibandingkan dengan tingkat kepentingan yang dirasakan responden berlebihan yaitu, atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** masuk ke **kuadran IV** yang artinya tingkat kepentingannya rendah tetapi responden puas dengan layanan yang diberikan DPWRLP.

4.3.3.4 Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR)

Pada survei ini sebanyak sembilan (9) layanan dari Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR) yang diukur, yaitu:

1. Verifikasi Teknis Batas Desa/Kelurahan
2. Pemberian Persetujuan Penggunaan Informasi Geospasial Dasar Dan Pembuatan Informasi Geospasial Dasar Unsur Batas Wilayah Dalam Penyelenggaraan Informasi Geospasial Dasar
3. Permintaan Data oleh K/L Tim Perundingan Batas Darat
4. Permintaan Data oleh K/L Tim Perundingan Batas Maritim
5. Hitungan Luas Prov/Kab/Kota/Desa/Kelurahan
6. Hitungan Luas Pengelolaan Laut Daerah
7. Permintaan Data Batas Wilayah Administrasi
8. Permintaan Data Nama Rupabumi
9. Informasi Wilayah Negara (Jumlah Pulau, Luas Pulau, Luasan Wilayah Negara)

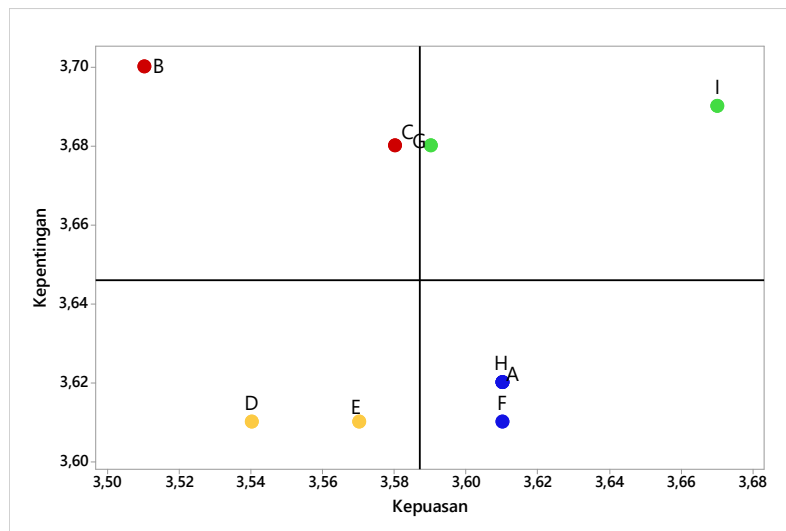
Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR) tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,67 dan persentase IKM sebesar 91,75%. Tabel 13 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DPBWNR. Pengguna layanan pusat DPBWNR telah memberikan penilaian yang baik untuk semua atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk semua atribut. Aspek/unsur layanan Inspektorat dengan skor tertinggi adalah penanganan pengaduan yang dilakukan pada unit ini (I).

Tabel 13 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.61	90.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.51	87.75%	A
C	Kecepatan waktu	3.58	89.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.54	88.50%	A
E	Kesesuaian Produk	3.57	89.25%	A
F	Kompetensi petugas	3.61	90.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.59	89.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.61	90.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.67	91.75%	A

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di DPBWNR disajikan pada Gambar 32. Menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang berada di **Kuadran I** yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama perbaikan kinerja di DPBWNR karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Lalu pada kuadran III terdapat empat atribut yaitu **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** merupakan atribut yang juga perlu menjadi prioritas perbaikan layanan DPBWNR karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan juga tingkat kepuasan responden masih rendah. Sementara

Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), dan Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H) adalah atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Adapun atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan adalah **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**.



Gambar 32 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi (DPBWNR)

4.3.3.5 Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT)

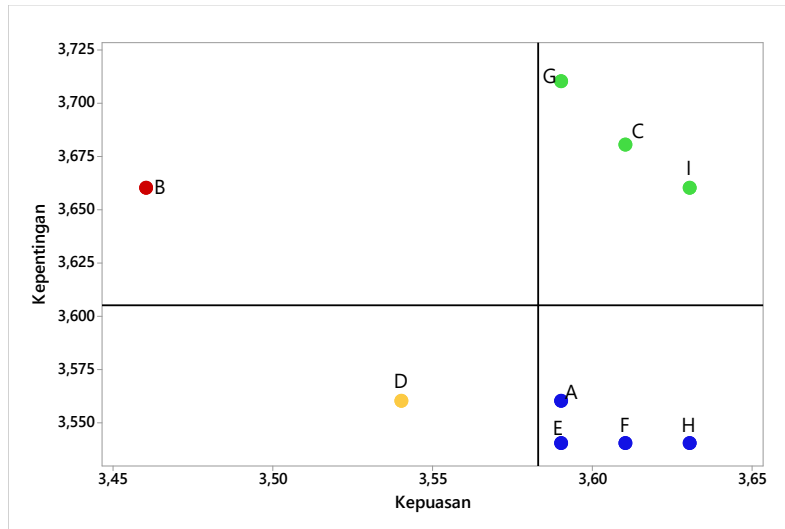
Sebanyak tiga layanan di Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah

1. Layanan Penyelesaian Tumpang Tindih IGT
2. Layanan Pembinaan Integrasi Informasi Geospasial dan Statistik
3. Layanan Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial.

Tabel 14 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.59	89.75%	A
B	Kemudahan prosedur	3.46	86.50%	B
C	Kecepatan waktu	3.61	90.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.54	88.50%	A
E	Kesesuaian Produk	3.59	89.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.61	90.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.59	89.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.63	90.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.63	90.75%	A

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT) tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,63 dan persentase IKM sebesar 90,75%. Tabel 14 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DISIGT. Pengguna layanan DISIGT telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk sebagian besar atribut. Aspek/unsur layanan DISIGT dengan skor tertinggi adalah Kualitas sarana prasarana (H) dan Penanganan pengaduan (I).



Gambar 33 Diagram IPA Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik (DISIGT)

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di DISIGT disajikan pada Gambar 33. Atribut di **kuadran I**, yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** perlu menjadi fokus utama perbaikan karena memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kepuasan yang rendah. Sementara itu, atribut di **kuadran II**, seperti **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** menunjukkan kinerja baik pada aspek penting dan perlu dipertahankan. Kemudian di kuadran III atribut **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** memiliki kepentingan dan kepuasan rendah, sehingga perbaikannya juga sangat perlu dipertimbangkan. Sementara beberapa atribut yaitu **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** berada di kuadran IV yang berarti atribut tersebut memiliki kepuasan tinggi namun kepentingan rendah. Berdasarkan analisis ini, DISIGT dapat memfokuskan upaya pada peningkatan atribut di kuadran I dan mempertahankan kinerja baik di kuadran II demi meningkatkan kualitas layanan sesuai harapan pengguna.

4.3.3.6 Direktorat Pemetaan Tematik (DPT)

Terdapat tiga layanan dari Direktorat Pemetaan Tematik (DPT) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

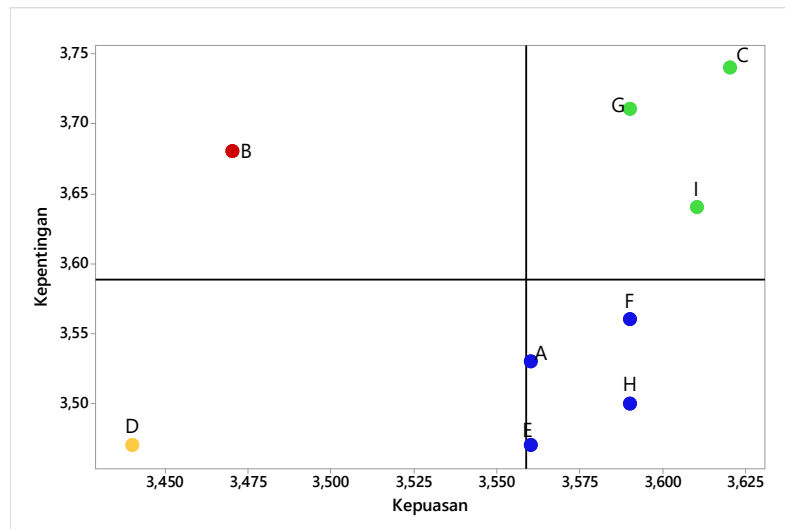
1. Layanan Pembinaan kepada Penyelenggara IGT
2. Layanan Pemetaan Tematik terkait tema IGT: (Sistem Lahan, Bahaya Banjir, Multi Bahaya Bencana, Bahaya Amblesan Tanah)
3. Layanan Data IGT (Sistem Lahan, Bahaya Banjir, Multi Bahaya Bencana, Bahaya Amblesan Tanah)

Tabel 15 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Pemetaan Tematik (DPT)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.56	89.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.47	86.75%	B
C	Kecepatan waktu	3.62	90.50%	A
D	Kewajaran biaya	3.44	86.00%	B
E	Kesesuaian Produk	3.56	89.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.59	89.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.59	89.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.59	89.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.61	90.25%	A

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan DPT tergolong baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,60 dan persentase IKM sebesar 90,00%. Tabel 15 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan

terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DPT. Pengguna layanan unit DPT telah memberikan penilaian yang sangat baik pada hampir keseluruhan atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk 7 atribut dari 9 atribut. Atribut Kecepatan waktu (C) merupakan aspek/unsur layanan DPT dengan skor tertinggi.



Gambar 34 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Tematik (DPT)

Gambar 34 menyajikan diagram IPA dan rekomendasi perbaikan untuk atribut-atribut di Direktorat Pemetaan Tematik (DPT) berdasarkan hasil analisis IPA. Terdapat beberapa prioritas perbaikan dan pemeliharaan pada atribut layanan di DPT. Pada kuadran I atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** perlu menjadi fokus utama untuk perbaikan karena memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kepuasan yang rendah. Sementara itu, pada kuadran II atribut seperti **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**, dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** menunjukkan kinerja yang baik pada aspek penting, sehingga perlu dipertahankan. Dilanjutkan dengan **kuadran III** Atribut **Kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)** memiliki tingkat kepentingan dan kepuasan yang relatif rendah, sehingga perbaikannya dapat dipertimbangkan namun tidak menjadi prioritas utama. Terakhir, pada kuadran IV atribut seperti **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** menunjukkan kinerja yang baik meskipun tingkat kepentingannya rendah, sehingga tidak

memerlukan peningkatan prioritas. Berdasarkan hasil analisis ini, DPT dapat memfokuskan upaya pada peningkatan atribut-atribut penting yang masih rendah kepuasannya serta mempertahankan atribut-atribut dengan kinerja baik demi meningkatkan kualitas layanan sesuai harapan pengguna.

4.3.3.7 Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG)

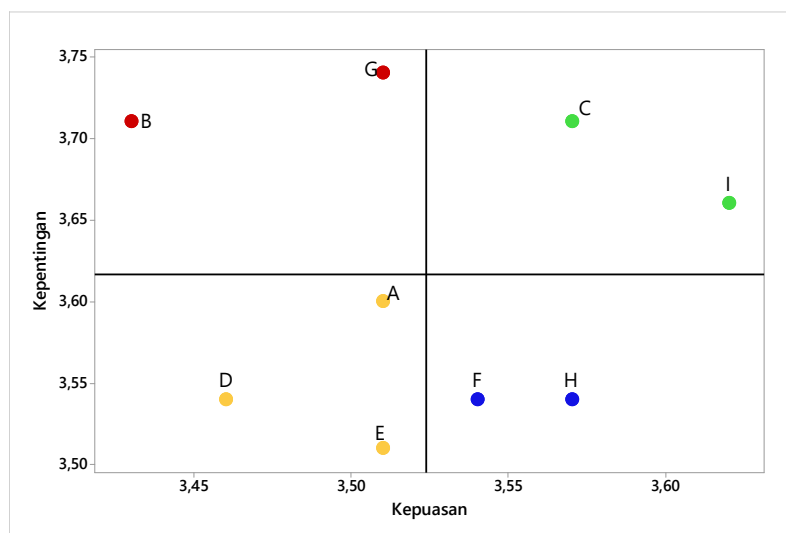
Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG) mempunyai empat layanan yang diukur pada survei kali ini. Keempat layanan tersebut adalah:

1. Layanan Konsultasi Teknis Penggunaan Informasi Geospasial
2. Layanan Konsultasi Teknis Penyelenggaraan Atlas
3. Layanan Produk Terapan Informasi Geospasial (IG)
4. Layanan Produk Atlas.

Tabel 16 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.51	87.75%	B
B	Kemudahan prosedur	3.43	85.75%	B
C	Kecepatan waktu	3.57	89.25%	B
D	Kewajaran biaya	3.46	86.50%	B
E	Kesesuaian Produk	3.51	87.75%	B
F	Kompetensi petugas	3.54	88.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.51	87.75%	B
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.57	89.25%	A
I	Penanganan pengaduan	3.62	90.50%	A

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan DAPIG tergolong sangat sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,58 dan persentase IKM sebesar 89,50%. Tabel 16 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DAPIG. Pengguna layanan pusat DAPIG telah memberikan penilaian yang baik pada hampir keseluruhan atribut. Atribut yaitu Penanganan pengadua merupakan atribut layanan DAPIG dengan skor tertinggi.



Gambar 35 Diagram IPA Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial (DAPIG)

Terdapat beberapa prioritas perbaikan dan pemeliharaan pada atribut layanan di DAPIG. Pada **kuadran I** atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** perlu menjadi fokus utama untuk perbaikan karena memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kepuasan yang rendah. Sementara itu, pada **kuadran II** atribut seperti **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** menunjukkan kinerja yang baik pada aspek penting, sehingga perlu dipertahankan. Dilanjutkan dengan **kuadran III** atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, dan **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** memiliki tingkat kepentingan dan kepuasan yang relatif rendah, sehingga perbaikannya dapat dipertimbangkan

namun tidak menjadi prioritas utama. Terakhir, pada **kuadran IV** atribut seperti **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)** dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** menunjukkan kinerja yang baik meskipun tingkat kepentingannya rendah, sehingga tidak memerlukan peningkatan prioritas. Berdasarkan hasil analisis ini, DAPIG dapat memfokuskan upaya pada peningkatan atribut-atribut penting yang masih rendah kepuasannya serta mempertahankan atribut-atribut dengan kinerja baik demi meningkatkan kualitas layanan sesuai harapan pengguna.

4.3.3.8 Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG)

Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG) mempunyai jumlah layanan sebanyak tiga layanan. Layanan tersebut meliputi:

1. Layanan Penjualan Produk Geospasial
2. Layanan Permintaan Data dan Informasi Geospasial
3. Layanan Jasa Konsultasi Geospasial.

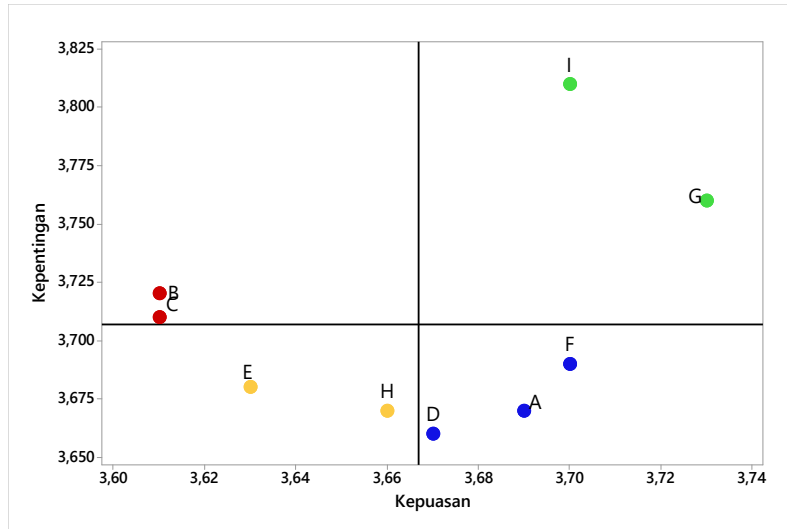
Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan BLJPG tergolong sangat sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,72 dan persentase IKM sebesar 93,00%. Tabel 17 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit BLJPG. Pengguna layanan unit BLJPG telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk seluruh atribut. Aspek/unsur layanan BLJPG dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) dan Penanganan pengaduan (I).

Tabel 17 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.69	92.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.61	90.25%	A
C	Kecepatan waktu	3.61	90.25%	A
D	Kewajaran biaya	3.67	91.75%	A
E	Kesesuaian Produk	3.63	90.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.7	92.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.73	93.25%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.66	91.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.7	92.50%	A

Gambar 36 menyajikan diagram IPA dan rekomendasi perbaikan untuk atribut-atribut di BLJPG berdasarkan hasil analisis IPA. Menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang berada di **Kuadran I** yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Atribut tersebut perlu menjadi prioritas utama perbaikan kinerja di BLJPG karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Lalu pada **Kuadran III** terdapat dua atribut yaitu **Kesesuaian antara produk pelayanan dengan standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** merupakan atribut yang juga perlu menjadi prioritas perbaikan layanan BLJPG karena memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan juga tingkat kepuasan responden masih rendah. Sementara **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kewajaran biaya dan tarif**

dalam pelayanan (D), dan Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F) adalah atribut yang dinilai berlebihan oleh responden karena memiliki nilai kepuasan yang tinggi tetapi tingkat kepentingannya rendah. Adapun atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan adalah **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G) dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I).**



Gambar 36 Diagram IPA Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial (BLJPG)

4.3.3.9 Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP)

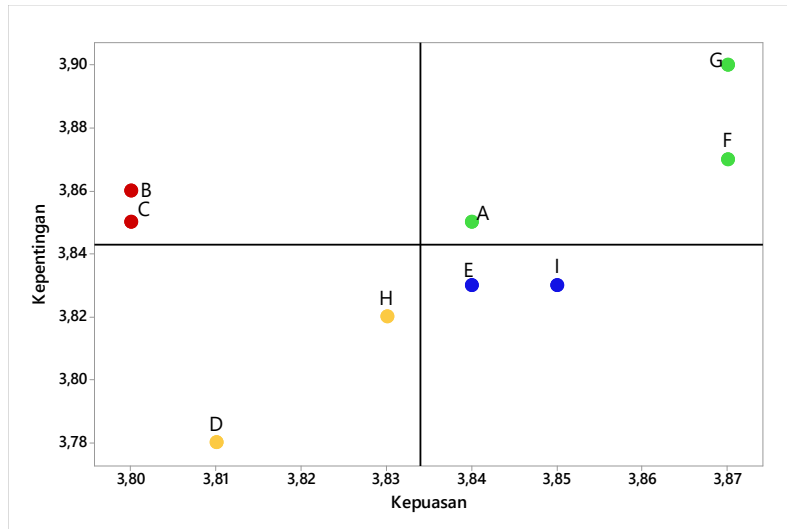
Terdapat satu layanan yang berasal dari Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP) yaitu Layanan kunjungan. Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan BGPGP tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A. Nilai IKM BGPGP adalah 3,85 dan persentase IKM sebesar 96,25%. Tabel 18 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari BGPGP. Pengguna layanan BGPGP telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk semua atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk 9 atribut Aspek/unsur layanan BGPGP dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) dan Perilaku petugas (G).

Gambar 37 menyajikan diagram IPA dan rekomendasi perbaikan untuk atribut-atribut di Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP) berdasarkan hasil analisis IPA. Nilai kepuasan responden secara umum cukup tinggi, tetapi atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B) dan Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada pada

kuadran I, sehingga atribut ini harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya. Atribut **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** masuk ke kuadran II di BGPGP. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** memiliki performa yang baik namun bagi responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Atribut yang terletak di **kuadran III** adalah **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)**, serta **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat kepuasan responden juga cenderung kecil. Oleh karena itu, perlu pertimbangan untuk melakukan perbaikan kinerja di BGPGP.

Tabel 18 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.84	96.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.8	95.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.8	95.00%	A
D	Kewajaran biaya	3.81	95.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.84	96.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.87	96.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.87	96.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.83	95.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.85	96.25%	A



Gambar 37 Diagram IPA produk dan layanan Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir (BGPGP)

4.3.3.10 Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG)

Pada survei ini sebanyak enam layanan dari Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG) diukur, yaitu:

1. Layanan Registrasi Sertifikat Kompetensi Bidang IG
2. Layanan Registrasi Profesi Bidang IG
3. Layanan Registrasi Penyedia Jasa IG
4. Layanan Konsultasi Pembinaan SDM dan Industri IG
5. Layanan Uji Kompetensi JF Surta
6. Pemberian Rekomendasi Kebutuhan Formasi JF Surta

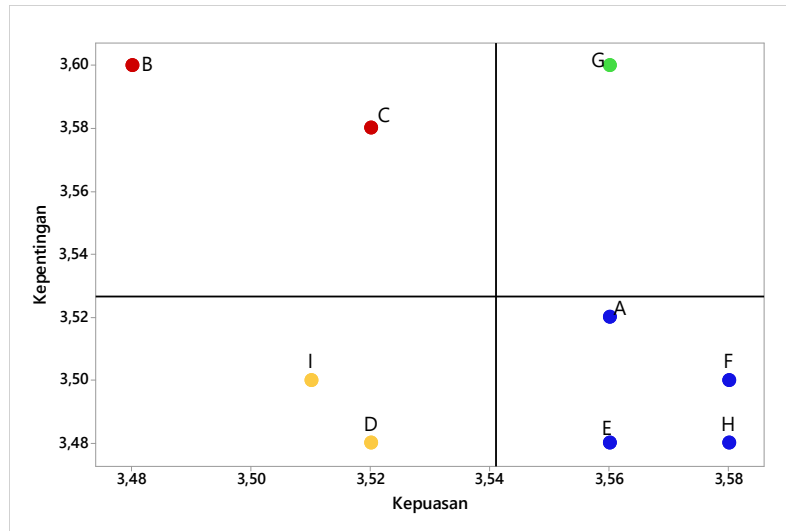
Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG) tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,60 dan persentase IKM sebesar 90%. Tabel 19 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG). Pengguna layanan DSDMIG telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk mayoritas atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk sebagian besar atribut. Aspek/unsur layanan DSDMIG dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) serta Kualitas sarana prasarana (H).

Tabel 19 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.56	89.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.48	87.00%	B
C	Kecepatan waktu	3.52	88.00%	B
D	Kewajaran biaya	3.52	88.00%	B
E	Kesesuaian Produk	3.56	89.00%	A
F	Kompetensi petugas	3.58	89.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.56	89.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.58	89.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.51	87.75%	B

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG) disajikan pada Gambar 38. Gambar 38 menunjukkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada pada kuadran I, sehingga atribut ini harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya. Atribut **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** masuk ke kuadran II di DSDMIG. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** memiliki performa yang baik namun bagi responden memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Atribut yang terletak di **kuadran III** Adalah **Kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat kepuasan

responden juga cenderung kecil. Oleh karena itu, perlu pertimbangan untuk melakukan perbaikan kinerja tersebut di DSDMIG.



Gambar 38 Diagram IPA Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial (DSDMIG)

4.3.3.11 Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial (DKJIG)

Pada survei ini sebanyak empat layanan dari Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial (DKJIG) diukur, yaitu:

1. Layanan Konsultasi, Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Simpul Jaringan
2. Layanan Pendampingan Pemantauan dan Evaluasi Penyelenggaraan Simpul Jaringan
3. Layanan Permohonan akun Geoportal Kebijakan Satu Peta
4. Layanan Pengelolaan konten aplikasi Ina-Geoportal

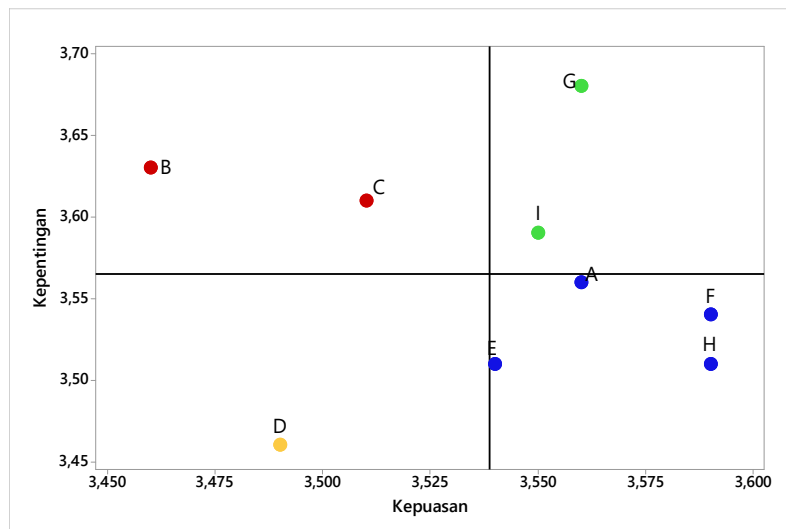
Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja DKJIG tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan B dengan nilai IKM sebesar 3,60 dan persentase IKM sebesar 90%. Tabel 20 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari DKJIG. Pengguna layanan DKJIG telah memberikan penilaian yang sangat baik. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A mendominasi penilaian pada 9 atribut. Aspek/unsur layanan DKJIG dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) dan kualitas sarana prasarana (H).

Tabel 20 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial (DKJIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.56	89.00%	A
B	Kemudahan prosedur	3.46	86.50%	B
C	Kecepatan waktu	3.51	87.75%	B
D	Kewajaran biaya	3.49	87.25%	B
E	Kesesuaian Produk	3.54	88.50%	A
F	Kompetensi petugas	3.59	89.75%	A
G	Perilaku Petugas	3.56	89.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.59	89.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.55	88.75%	A

Gambar 39 menyajikan diagram IPA dan rekomendasi perbaikan untuk atribut-atribut di Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial (DKJIG) berdasarkan hasil analisis IPA. Gambar 39 menunjukkan bahwa atribut **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)** berada pada kuadran I, sehingga atribut ini harus diprioritaskan untuk ditingkatkan kinerjanya. **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D)** adalah atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh responden. Tingkat kepuasan responden juga lebih rendah daripada atribut lainnya, sehingga diperlukan pertimbangan untuk memperbaiki kinerja atribut-atribut ini. Atribut **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)** masuk ke kuadran II di DKJIG. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan memiliki kinerja yang baik, sehingga kinerjanya perlu untuk dipertahankan. Terdapat empat atribut yang masuk ke dalam **kuadran IV**, yaitu **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan

Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H). Atribut-atribut tersebut merupakan yang dinilai oleh responden dengan nilai kinerja yang baik tetapi tingkat kepentingannya rendah.



Gambar 39 Diagram IPA Direktorat Pemetaan Tematik

4.3.3.12 Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG)

Terdapat enam layanan dari Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG) yang diukur pada survei ini. Layanan tersebut adalah:

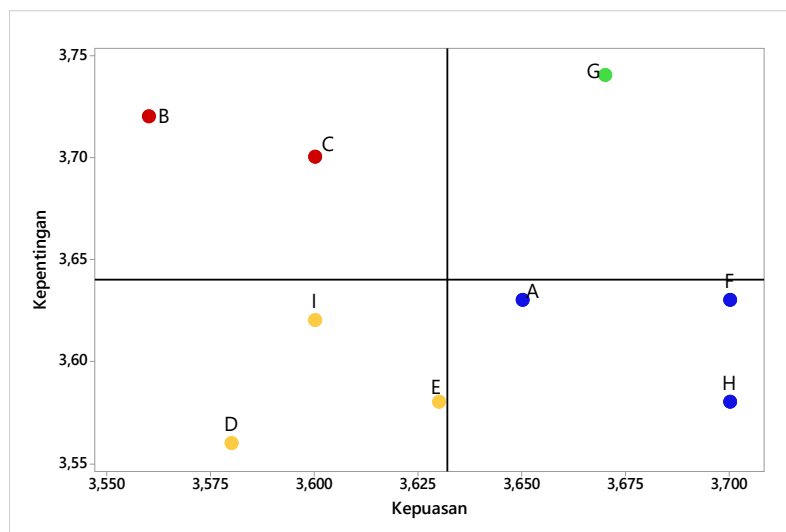
1. Layanan Penanganan Insiden Aplikasi Palapa
2. Layanan Penanganan Insiden Aplikasi Penghubung Simpul Jaringan Informasi Geospasial
3. Layanan Konsultasi Penggunaan Aplikasi PetaKita
4. Layanan Konsultasi Geoportal Kebijakan Satu Peta
5. Layanan Pendampingan Standardisasi Informasi Geospasial
6. Layanan Konsultasi Teknologi Penyelenggaraan IG

Menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB, kinerja unit pelayanan Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG) tergolong sangat baik karena memiliki mutu pelayanan A dengan nilai IKM sebesar 3,69 dan persentase IKM sebesar 92,25%. Tabel 21 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari unit DSTIG. Pengguna layanan DSTIG telah memberikan penilaian yang sangat baik. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk mayoritas atribut. Aspek/unsur

layanan DSITIG dengan skor tertinggi adalah Kompetensi petugas (F) dan Kualitas sarana prasarana (H).

Tabel 21 Indeks Kepuasan Masyarakat Masing-Masing Atribut Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG)

Kode	Atribut	Indeks Kepuasan	Nilai Konversi	Mutu Pelayanan
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A	Kesesuaian Syarat	3.65	91.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.56	89.00%	A
C	Kecepatan waktu	3.60	90.00%	A
D	Kewajaran biaya	3.58	89.50%	A
E	Kesesuaian Produk	3.63	90.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.70	92.50%	A
G	Perilaku Petugas	3.67	91.75%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.70	92.50%	A
I	Penanganan pengaduan	3.60	90.00%	A



Gambar 40 Diagram IPA Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial (DSTIG)

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di DSTIG disajikan pada Gambar 40. Secara umum tingkat kepuasan responden dalam menerima layanan di

DSTIG sudah sangat tinggi, namun jika dibandingkan dengan tingkat kepentingannya, terdapat dua atribut yang berada di **kuadran I** yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)** dan **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**. Atribut tersebut perlu menjadi prioritas perbaikan kinerja di DSTIG karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah. Atribut yang perlu menjadi pertimbangan untuk dilakukan perbaikan di DSTIG adalah **Kewajaran biaya dan tarif dalam pelayanan (D)**, **Kesesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Atribut yang terletak di kuadran IV adalah **Kesesuaian antara persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A)**, **Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F)**, dan **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)**. Atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah, tetapi kinerjanya baik. Adapun atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang baik adalah **Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G)**. Oleh karena itu, atribut tersebut perlu untuk dipertahankan kinerjanya di DSTIG.

4.3.4 Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG)

Nilai IKM dari 371 responden valid pada kegiatan ini adalah 3,80 dengan persentase IKM sebesar 95,00%. Nilai ini berada di interval mutu pelayanan A, yang berarti kinerja unit pelayanan BIG sudah sangat baik menurut kategori yang dibuat oleh Kementerian PANRB. Hasil ini menunjukkan adanya kenaikan dibandingkan dengan nilai IKM BIG tahun sebelumnya (nilai IKM BIG pada tahun 2024 adalah 3,65) pada skala satu hingga empat.

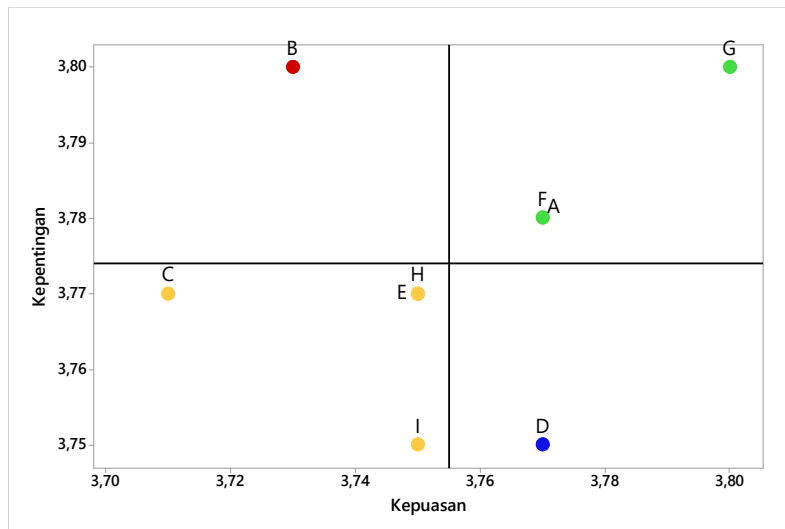
Tabel 22 menunjukkan indeks kepuasan masyarakat berdasarkan atribut yang dihitung terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Indeks ini diperoleh dari hasil perhitungan terhadap responden yang telah menggunakan layanan dari BIG. Pengguna layanan BIG telah memberikan penilaian yang sangat baik untuk semua atribut. Ini ditunjukkan oleh nilai mutu A untuk semua atribut. Aspek/unsur layanan dengan skor tertinggi adalah perilaku petugas (kesopanan dan keramahan) saat memberikan layanan (G).

Tabel 22 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	3.77	94.25%	A
B	Kemudahan prosedur	3.73	93.25%	A
C	Kecepatan waktu	3.71	92.75%	A
D	Kewajaran biaya	3.77	94.25%	A
E	Kesesuaian Produk	3.75	93.75%	A
F	Kompetensi petugas	3.77	94.25%	A
G	Perilaku Petugas	3.80	95.00%	A
H	Kualitas Sarana Prasarana	3.75	93.75%	A
I	Penanganan pengaduan	3.75	93.75%	A

Informasi mengenai diagram IPA dan rekomendasi perbaikan atribut-atribut di BIG disajikan pada Gambar 41. Secara umum tingkat kepuasan responden dalam menerima layanan di BIG sudah cukup tinggi. Namun demikian satu atribut yang berada pada kuadran I yaitu **Kemudahan prosedur pelayanan di Badan Informasi Geospasial (B)**, dimana memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kepuasan responden masih rendah sehingga perlu menjadi prioritas utama perbaikan kinerja. Atribut yang perlu menjadi pertimbangan untuk dilakukan perbaikan di BIG adalah **Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan (C)**, **Kesuaian antara produk pelayanan antara yang tercantum dalam standar pelayanan dengan hasil yang diberikan (E)**, **Kualitas sarana dan prasarana penunjang pelayanan (H)** dan **Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**. Hal ini karena atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat kepuasan responden yang relatif kecil. Adapun atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang baik adalah **Kesesuaian antara**

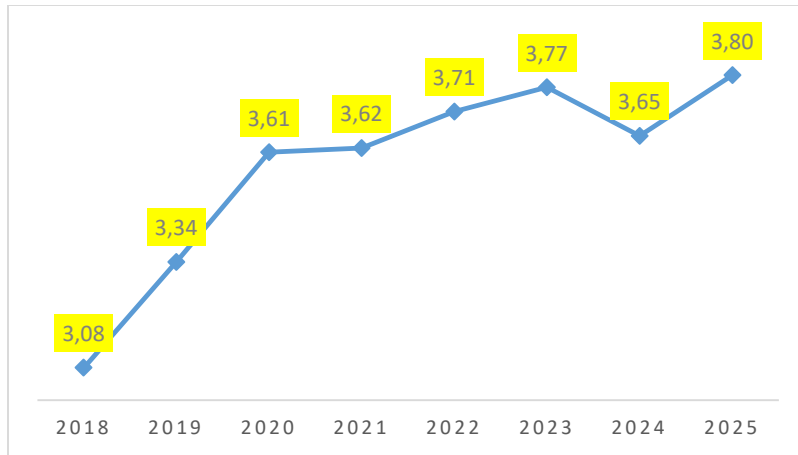
persyaratan pelayanan dengan jenis pelayanannya (A), Kompetensi/kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan (F), dan Perilaku (kesopanan dan keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (G). Oleh karena itu, atribut-atribut tersebut perlu untuk dipertahankan kinerjanya di BIG. Di kuadran IV, ada atribut **Kewajaran biaya/tarif dalam pelayanan (D) dan Penanganan pengaduan pengguna layanan (I)**, yang dinilai oleh responden dengan nilai kepentingan yang rendah dan kinerja yang baik.



Gambar 41 Diagram IPA produk dan layanan BIG

4.3.5 Nilai IKM dibandingkan dengan tahun 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, dan 2025

Nilai IKM tahun 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 dan 2025 dibandingkan dengan skala satu hingga empat. Nilai IKM Badan Informasi Geospasial (BIG) pada tahun 2025 naik dari 3,65 di tahun 2024 menjadi 3,80 di tahun 2025. Terdapat perbedaan jumlah unit eselon 2 yang disurvei pada tahun 2025 berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, karena adanya perubahan Struktur Organisasi dan Tata Kerja (SOTK). Gambar 42 menunjukkan kenaikan nilai IKM dari 2018 hingga 2023 dan menurun ke angka 3,65 pada tahun 2024 serta naik kembali mencapai 3,80 pada tahun 2025.



Gambar 42 Perkembangan IKM BIG 2018-2025

V IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Gambaran Umum

Perkembangan lanskap teknologi dan ekspektasi publik menempatkan pelayanan publik dalam posisi strategis untuk berinovasi guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Kualitas pelayanan publik kini tidak hanya diukur dari tingkat kepuasan masyarakat, tetapi juga dari kemampuan birokrasi dalam mengintegrasikan inovasi digital, kepastian regulasi, serta pelayanan yang responsif dan proaktif. Implementasi *e-government*, transformasi data spasial berbasis Satu Data Indonesia, dan keterbukaan akses informasi publik menjadi indikator keberhasilan organisasi pemerintah dalam menghadirkan layanan yang efektif dan relevan. Tantangan ini selaras dengan amanat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang menegaskan pentingnya pelayanan publik yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara sosial, ekonomi, maupun lingkungan.

Dominasi generasi milenial dan Gen Z sebagai pengguna layanan publik yang lebih kritis dan *digital savvy*, mendorong peningkatan ekspektasi masyarakat terhadap pelayanan yang cepat, mudah dan murah. Hal ini membuat Badan Informasi Geospasial (BIG) untuk terus berinovasi melalui pemanfaatan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI), *big data analytics*, *Internet of Things* (IoT), serta layanan geospasial yang dapat diakses secara *real-time* dan inklusif. Dengan semakin meluasnya pemanfaatan informasi geospasial dalam mendukung pengambilan keputusan nasional, pelayanan BIG harus mampu memenuhi standar kualitas global dan kebutuhan pemangku kepentingan lintas sektor.

Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) BIG Tahun 2025 menjadi instrumen evaluasi yang sangat penting untuk memastikan kualitas layanan publik sesuai prinsip pelayanan prima sebagaimana diatur dalam PermenPANRB No. 17/2017 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. Pengukuran kepuasan masyarakat kini dilakukan secara lebih komprehensif melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam proses evaluasi, sebagaimana diamanatkan dalam PermenPANRB No. 16 Tahun 2014 yang diperbarui melalui PermenPANRB No. 14 Tahun 2017. SKM memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi pengguna layanan terhadap kinerja BIG, sekaligus menjadi dasar untuk pengambilan kebijakan berbasis data dalam peningkatan kualitas layanan informasi geospasial di masa mendatang.

Implikasi manajerial dari hasil SKM 2025 ini disusun melalui pendekatan *Logical Framework Approach* (LFA) sebagai kerangka hubungan kausal antara input–proses–output organisasi, *Force Field Analysis* (FFA) untuk mengidentifikasi faktor pendukung (*exhibitors*) dan faktor penghambat (*inhibitors*) dari pemetaan *Importance Performance Analysis* (IPA), serta *The House Model* sebagai panduan strategi transformasi. Melalui pendekatan ini, data hasil SKM digunakan sebagai input dalam merumuskan rekomendasi teknis (*process*), yang pada akhirnya berorientasi pada pencapaian output berupa peningkatan kualitas layanan geospasial BIG secara berkelanjutan dan modern yang selaras dengan arah reformasi birokrasi dan transformasi pemerintahan digital di Indonesia.

5.2 Pergerakan Atribut Layanan pada kuadran IPA

Sebagai otoritas geospasial nasional, BIG perlu memastikan bahwa alokasi sumber daya organisasi dilakukan secara tepat sasaran sesuai prioritas peningkatan layanan. Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) memberikan dasar strategis dalam menentukan area layanan yang harus diperkuat, dipertahankan, atau dialihkan penanganannya secara efektif. Melalui pemetaan IPA Tahun 2025, strategi alokasi sumber daya dapat diarahkan dalam empat fokus tindakan berikut:

1. Prioritas Intensif – Kuadran I (Tingkat kepentingan tinggi, kinerja rendah)
Sumber daya perlu diarahkan secara signifikan pada aspek yang masih belum memenuhi ekspektasi pengguna.
2. Penguatan Konsistensi – Kuadran II (Tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi)
Area layanan yang sudah berkinerja baik harus dipertahankan agar kepercayaan publik tetap terjaga.
3. Efisiensi Terukur – Kuadran III (Tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah)
Meskipun tidak menjadi fokus utama, peningkatan bertahap pada area ini tetap diperlukan untuk menghindari potensi keluhan di masa mendatang.
4. Optimalisasi Anggaran – Kuadran IV (Tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi)
Pengalokasian sumber daya yang terlalu besar di aspek ini dapat dioptimalkan kembali dan diarahkan untuk memperkuat area prioritas.

Pemetaan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Survei Kepuasan Masyarakat BIG tahun 2025 menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang ditempatkan pada Kuadran I, yaitu Kemudahan Prosedur (atribut B), sehingga menjadi fokus peningkatan kinerja yang paling mendesak. Secara umum, perkembangan kinerja pelayanan BIG selama enam tahun terakhir memperlihatkan tren peningkatan positif, terlihat dari penurunan jumlah atribut pada Kuadran I dari tahun ke tahun serta peningkatan nilai IKM mencapai 3,80 pada tahun 2025, yang merupakan nilai tertinggi sepanjang periode evaluasi.

Tabel 23 Pergerakan atribut layanan pada kuadran IPA tahun 2019-2025

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Keterangan
Kuadran I (Improve)	B, I, C	E, I	A, B, D, H, I	-	H	-	B	A. Kesesuaian Syarat, B. Kemudahan Prosedur, C. Kecepatan Waktu, D. Kewajaran Biaya, E. Kesesuaian Produk, F. Kompetensi Petugas, G. Perilaku Petugas, H. Kualitas Sarana Prasarana, I. Penanganan Pengaduan
Kuadran II (Maintain)	F, G, H	A, B, F, G, H	E, F, G	A, B, F, G, H	F, G	A, B, F, G	A, F, G	
Kuadran III (Reduce)	A, D, E	C, D	C	C, D, E, I	B, C, D, E, I	C, E, H	C, E, H, I	
Kuadran IV (Eliminate)	-	-	-	-	A	D, I	D	
Nilai IKM	3,34	3,61	3,62	3,71	3,77	3,65	3,80	

Keberhasilan BIG dalam meningkatkan kualitas layanan juga tercermin dari konsistensi atribut Kompetensi Petugas (F) dan Perilaku Petugas (G) yang selalu berada pada Kuadran II sejak 2019 hingga 2025, sehingga menjadi *core strength* layanan BIG yang perlu dipertahankan dan dikelola secara strategis. Pada tahun 2025, terdapat empat atribut yang berada pada Kuadran III, yakni Kecepatan Waktu (C), Kesesuaian Produk (E), Sarana Prasarana (H), dan Penanganan Pengaduan (I). Kondisi ini mengindikasikan bahwa keempat aspek tersebut belum menjadi prioritas pengguna layanan, namun kinerjanya tetap perlu ditingkatkan secara bertahap untuk mencegah terjadinya penurunan kualitas layanan. Selain itu, hanya terdapat satu atribut, yaitu Kewajaran Biaya (D), yang berada pada Kuadran IV, menunjukkan bahwa meskipun kinerjanya dinilai baik, dampaknya relatif tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna sehingga pengalokasian sumber daya pada area ini dapat dioptimalkan untuk mendukung prioritas lain yang

lebih penting. Secara keseluruhan, hasil SKM 2025 menegaskan bahwa BIG telah berada pada jalur perbaikan yang tepat, dengan efisiensi strategi peningkatan layanan yang semakin selaras dengan harapan pengguna dan perkembangan ekosistem informasi geospasial nasional.

5.3 Interpretasi Hasil IPA dan *Service Excellence Zone*

Hasil Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) BIG Tahun 2025 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator layanan geospasial telah memenuhi harapan masyarakat, terutama terkait persyaratan layanan, kompetensi, dan perilaku petugas. Namun, terdapat aspek-aspek tertentu yang masih perlu mendapatkan perhatian khusus untuk memastikan pelayanan publik berbasis informasi geospasial mampu mendukung transformasi digital pemerintah dan implementasi Satu Data Indonesia. Berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA), atribut Kemudahan Prosedur (B) berada pada Kuadran I (*Service Recovery Zone*), menandakan masih adanya kendala terkait akses dan prosedur layanan geospasial. Kondisi ini sejalan dengan tantangan nasional dalam meningkatkan *data interoperability* dan akses layanan geospasial yang inklusif di era *Society 5.0*. Untuk itu, BIG perlu menyederhanakan proses layanan melalui pengembangan sistem *single gateway geospatial services* yang terintegrasi pada satu platform resmi, penyediaan alur layanan digital interaktif yang mudah dipahami (misalnya *animated SOP* dan *augmented reality guide*), serta *Service Charter* BIG sebagai kepastian pelayanan bagi masyarakat.

Sementara itu, atribut Persyaratan (A), Kompetensi Pelaksana (F), dan Perilaku Pelaksana (G) yang masuk dalam Kuadran II (*Service Delight Zone*) mencerminkan bahwa BIG telah memiliki kekuatan utama dalam dimensi *Reliability*, *Empathy*, dan *Assurance*. Kompetensi teknis petugas dalam pengelolaan layanan geospasial dinilai baik dan menjadi modal kuat bagi BIG untuk terus meningkatkan kepercayaan pengguna. Agar keunggulan ini tetap terjaga, BIG perlu menerapkan program peningkatan kompetensi berkelanjutan seperti sertifikasi profesi geospasial, *upskilling digital customer service*, serta sistem apresiasi berbasis kinerja pelayanan. Selain itu, *AI-based knowledge management* perlu diintegrasikan untuk mempersingkat proses konsultasi teknis sehingga petugas dapat memberikan solusi yang cepat, presisi, dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan data spasial pengguna.

Pada Kuadran III (*Basic Service Zone*), atribut Waktu (C), Produk (E), Sarana Prasarana (H), dan Penanganan Pengaduan (I) memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang belum optimal, namun berpotensi menjadi sumber ketidakpuasan di masa mendatang. Seiring meningkatnya

penggunaan data lokasi dalam pengambilan kebijakan nasional seperti sistem peringatan dini bencana, pemetaan daerah rawan pangan, hingga layanan publik berbasis wilayah, maka kualitas produk geospasial perlu diperkuat melalui *data accuracy audit* dan peningkatan metadata layanan yang transparan. Selain itu, BIG perlu menerapkan *Service Level Agreement* (SLA) untuk seluruh jenis layanan sehingga waktu pemenuhan permintaan data geospasial dapat diprediksi pengguna. Modernisasi sarana prasarana pelayanan juga harus dilakukan dengan pendekatan *smart servicescape* yang inklusif dan sesuai kebutuhan pengguna data, serta pengembangan *dashboard* penanganan keluhan berbasis *real-time feedback analytics* untuk memperkuat responsivitas BIG terhadap isu layanan.

Selanjutnya, untuk Kuadran IV (*Efficiency Zone*) yaitu Biaya/Tarif (D), pengguna menilai bahwa tarif layanan dan akses data BIG saat ini sangat memadai dan tidak menjadi hambatan. Keunggulan ini memberikan peluang bagi BIG untuk melakukan reorientasi anggaran, sehingga alokasi pembiayaan dapat lebih difokuskan pada perbaikan tata kelola prosedur, kualitas produk, penguatan teknologi pelayanan, serta pengembangan kanal komunikasi terpadu terkait layanan geospasial nasional. Selain itu, BIG tetap perlu melakukan evaluasi berkala terhadap tarif agar sesuai dengan asas keadilan akses, khususnya dalam memperluas penerapan *open geospatial data* bagi inovator, akademisi, dan *startup* teknologi.

5.4 Rekomendasi Teknis

Analisis kuadran IPA tahun 2025 kemudian dipetakan lebih lanjut menggunakan pendekatan *Force Field Analysis* (FFA) untuk mengidentifikasi faktor pendorong (*exhibitor*) yang menjaga kepuasan pengguna, serta faktor penghambat (*inhibitor*) yang memerlukan langkah peningkatan berkelanjutan. Pada tahun 2025, hanya terdapat satu atribut yang masuk ke Kuadran I, yaitu Kemudahan Prosedur (B), yang menunjukkan adanya ruang perbaikan agar proses pelayanan lebih sederhana, cepat, dan *user-friendly*. Sementara itu, dimensi layanan yang mencerminkan kekuatan BIG, khususnya *Assurance* dan *Empathy*, terbukti tetap memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pengguna dan menjadi aspek yang harus dipertahankan serta dikelola secara konsisten. Pendekatan ini memastikan bahwa BIG terus menjaga keunggulan kompetitif dalam penyelenggaraan pelayanan informasi geospasial yang adaptif, responsif, dan relevan dengan kebutuhan pengguna di era digital saat ini.

Dalam kerangka Importance-Performance Analysis (IPA), atribut layanan yang menempati kuadran I (High Importance – Low Performance) dan kuadran II (High Importance – High Performance) menunjukkan kepentingan strategis yang tinggi bagi masyarakat. Oleh karena itu, rekomendasi teknis atau rencana aksi tahun 2025 difokuskan pada kedua kuadran ini untuk memastikan peningkatan kepuasan pengguna layanan secara efektif. Kuadran I menandakan atribut yang penting namun kinerjanya masih rendah, sehingga menjadi prioritas perbaikan utama agar potensi ketidakpuasan tidak meningkat. Sementara itu, kuadran II mencerminkan atribut yang penting dan telah menunjukkan kinerja baik, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar tetap menjadi keunggulan utama BIG. Pendekatan ini konsisten dengan literatur layanan publik modern, yang menekankan bahwa alokasi sumber daya dan inovasi layanan sebaiknya berfokus pada atribut dengan dampak tertinggi terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna (Parasuraman et al., 2022; Zeithaml et al., 2021). Strategi yang terarah pada kuadran I dan II juga mendukung prinsip service excellence dan human-centered design untuk mencapai efektivitas, efisiensi, dan kualitas layanan yang unggul.

5.4.1 Kuadran I – Service Recovery Zone (High Importance / Low Performance)

Atribut layanan Kemudahan Prosedur (B) yang termasuk dalam dimensi *Reliability* menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya. Kemudahan prosedur meliputi tata cara pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima layanan. Sesuai PERMENPANRB No 17/2017 atribut layanan ini tergolong pada aspek kebijakan pelayanan kelompok standar pelayanan. Dari 12 Direktorat/Balai di lingkungan BIG diketahui bahwa seluruhnya perlu memprioritaskan peningkatan kinerja dari atribut layanan Kemudahan Prosedur (B). Hasil ini menegaskan bahwa Kemudahan Prosedur pelayanan masih menjadi perhatian utama pengguna dalam menilai pengalaman layanan publik BIG.

Prosedur pelayanan yang berorientasi pada pelayanan prima sebaiknya mengedepankan tiga unsur utama: (1) Convenience: prosedur yang memberikan kesederhanaan dan kemudahan alur pelayanan; (2) Accessibility: prosedur yang mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat; dan (3) Flexibility: prosedur yang dirancang fleksibel menyesuaikan kebutuhan pengguna layanan. Untuk mencapai hal tersebut, BIG perlu memfokuskan sumber daya dan inovasi pada penyederhanaan alur layanan, standarisasi SOP, dan digitalisasi prosedur agar pelayanan lebih andal, mudah diakses, dan cepat. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap institusi. Pada periode jangka pendek, BIG dapat

menitikberatkan penyusunan SOP dan panduan layanan, jangka menengah pada digitalisasi prosedur, dan jangka panjang pada integrasi layanan ke platform pemerintah digital nasional.

Tabel 24 Rencana Aksi Perbaikan Atribut pada Kuadran I

Jangka Waktu	Rencana Aksi Teknis	Output / Target
Jangka Pendek	Simplifikasi SOP dan alur layanan berbasis <i>human-centered</i>	SOP layanan ringkas & mudah dipahami
	Pembuatan service charter untuk semua jenis layanan geospasial	Standar hak & kewajiban pengguna tersedia
	Integrasi kelengkapan informasi layanan dalam Geoportal BIG	Informasi layanan transparan & terkini
Jangka Menengah	Penerapan Self-Service Geospatial Platform (permohonan data/izin mandiri)	Prosedur layanan lebih cepat & digital
	Pengembangan <i>interactive guidance</i> (video/AR/infografik)	Panduan layanan yang mudah diakses & dipahami
Jangka Panjang	Integrasi layanan BIG ke Government Enterprise Digital Platform nasional	Satu pintu layanan geospasial Indonesia
	Regulasi prosedur layanan berbasis AI workflow automation	Efisiensi administrasi layanan meningkat

5.4.2 Kuadran II – Service Delight Zone (High Importance / High Performance)

Atribut layanan Kesesuaian Persyaratan (A), Kompetensi Pelaksana (F), dan Perilaku Pelaksana (G) berada di kuadran ini, yang menunjukkan atribut ini memiliki kepentingan tinggi bagi masyarakat sekaligus kinerja yang baik. Atribut-atribut layanan pada kuadran II ini menjadi *core strength* BIG dalam memberikan layanan publik, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar tetap menjadi keunggulan kualitas layanan BIG. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh bagi BIG dalam mempertahankan keunggulan ini meliputi pengembangan kompetensi SDM, pelatihan berbasis pelanggan (*customer-centric*), penguatan budaya pelayanan prima, dan monitoring perilaku layanan secara *real-time*. Rekomendasi teknis yang lebih lengkap diturunkan ke dalam rencana aksi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 25 Rencana Aksi Perbaikan Atribut Pada Kuadran II

Jangka Waktu	Rencana Aksi Teknis	Output / Target
Jangka Pendek	Customer-centric training & digital public service upskilling	Petugas semakin kompeten & komunikatif
	Pelatihan berkelanjutan dan sertifikasi profesional untuk Kompetensi Petugas	Kualitas SDM meningkat, hard & soft skills terjamin
	Sistem umpan balik dan penilaian kinerja berbasis data dari pengguna	Kinerja petugas lebih terukur dan responsif
	Kampanye kesadaran layanan (Service Excellence) untuk menanamkan budaya layanan prima	Petugas lebih proaktif, responsif, dan berorientasi pada kepuasan pengguna
Jangka Menengah	Sertifikasi kompetensi profesi geospasial & data intelligence	Standar SDM meningkat & kredibel
	Penggunaan platform interaksi digital untuk komunikasi langsung dengan pengguna (chat/video call)	Respons layanan meningkat, interaksi lebih mudah
	Penguatan kolaborasi dengan institusi pendidikan dan penelitian	Peningkatan pengetahuan, dan kemampuan adaptasi petugas
Jangka Panjang	Talent mapping & succession plan unit layanan	Stabilitas kualitas layanan jangka panjang
	Pelatihan adaptasi perubahan untuk menghadapi teknologi dan tuntutan pengguna di era VUCA	Petugas lebih adaptif dan tanggap terhadap perubahan
	Budaya Service Excellence berkelanjutan	Loyalitas & trust pengguna meningkat, atribut tetap menjadi core strength BIG

Agar implikasi manajerial ini dapat terlaksana secara efektif, diperlukan fondasi yang kuat berupa budaya positif dan perilaku proaktif dari manajemen internal. Fondasi ini dapat dibangun melalui beberapa langkah strategis. Pertama, komitmen manajemen puncak menjadi kunci, yang dapat diwujudkan melalui penerapan sistem penghargaan dan akuntabilitas, seperti insentif berbasis kinerja, pengakuan publik melalui *Hall of Fame*, atau bentuk apresiasi lain untuk

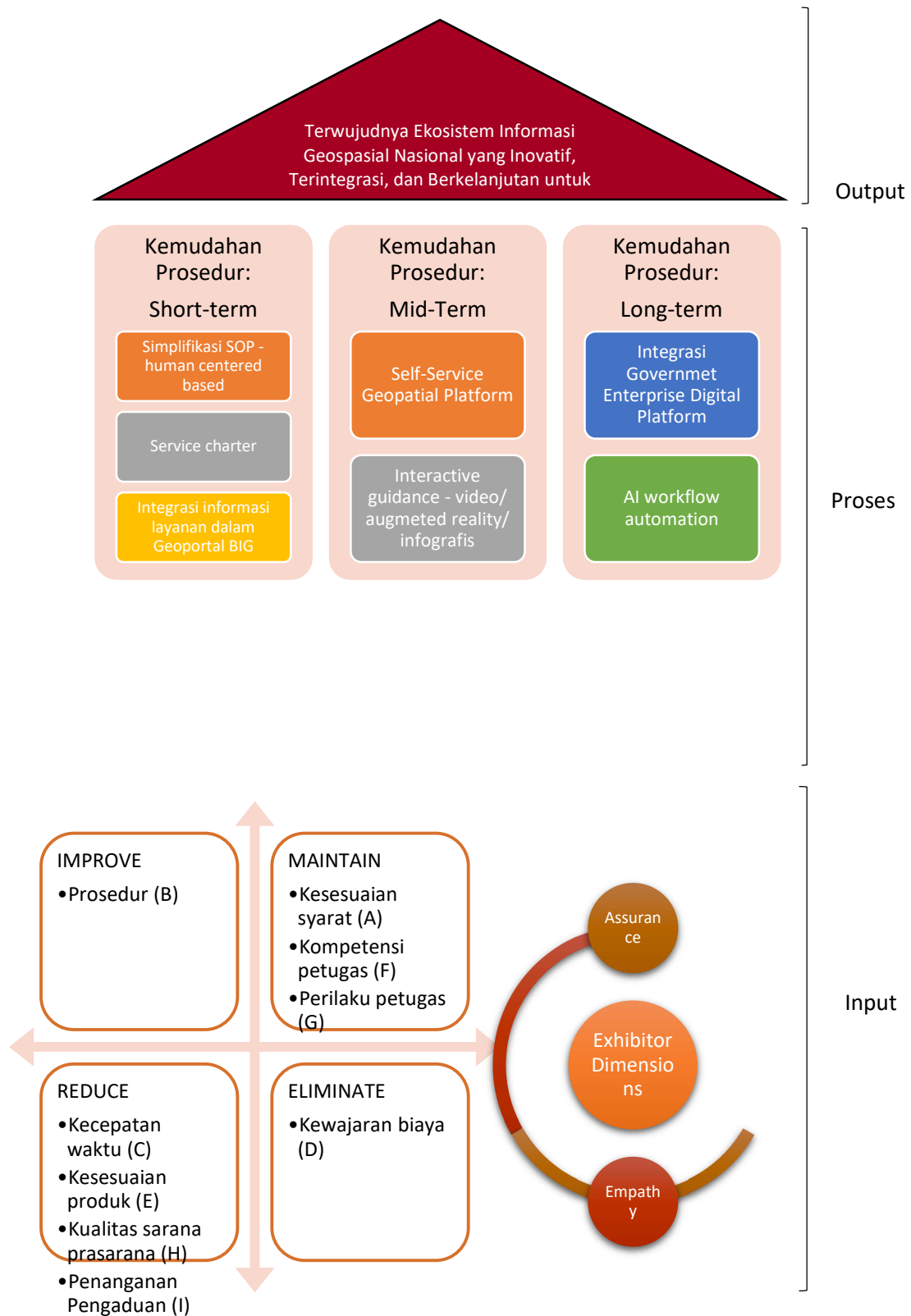
mendorong motivasi petugas layanan. Kedua, penting untuk menanamkan mindset pelayanan unggul (*service excellence*) dan mengembangkan kemampuan pegawai sebagai *agile learner*, agar staf selalu siap beradaptasi dengan perubahan cepat di era digital dan dinamika kebutuhan pengguna. Ketiga, penerapan konsep *Open Innovation dan Digitalization* memberikan ruang bagi ide-ide inovatif dari dalam maupun luar organisasi. Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti startup teknologi, komunitas inovasi, maupun institusi pendidikan, memungkinkan BIG memanfaatkan gagasan baru yang relevan untuk pengembangan layanan publik. BIG juga dapat mendorong budaya inovasi dengan menyelenggarakan kompetisi atau penghargaan inovasi layanan, serupa dengan Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik (KIPP) yang digagas Kementerian PANRB. Dengan demikian, perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), inovasi berbasis kolaborasi, dan penguatan budaya pelayanan prima menjadi fondasi yang memastikan BIG dapat mewujudkan layanan geospasial yang andal, inovatif, dan berorientasi pada kepuasan pengguna, selaras dengan arah transformasi strategis organisasi.

Cibinong, 11 Desember 2025

Direktur Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial,

Dheny Trie Wahyu Sampurno

NIP. 197710152003121004



LAMPIRAN

Lampiran 1 Halaman pertama kuesioner online yang digunakan



Bagian 1 dari 2

KUESIONER SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT (SKM) BADAN INFORMASI GEOSPASIAL

B I U ∞ ↶

Kepada Yth. Bapak/Ibu Responden,
Ssst ini kami sedang melakukan survei kepuasan terkait dengan layanan produk dan jasa Badan Informasi Geospasial (BIG). Survei ini dilaksanakan untuk meningkatkan layanan yang kami berikan, dengan mengisi kuesioner ini, responden setuju untuk menjadi objek survei.

Pertanyaan terkait survei dapat dikirimkan melalui: Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (0811-1199-005).

Survei ini telah disetujui LAYAK oleh Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) dengan identitas rekomendasi V-24.0000.003.

Agar bisa dilanjutkan, penyelenggara survei dapat melakukan konfirmasi kepada responden untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut.

Email *

Alamat email valid
.....

Formulir ini mengumpulkan alamat email. [Ubah email](#)

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 2 dari 2

I. Identitas Umum Responden

Mohon diisi dengan lengkap data Anda

I.1. Nama *

Teks jawaban singkat
.....

Lampiran 2 Riancian banyaknya responden dan besaran IKM berdasarkan layanan

Nama Unit Eselon 2	Nama Layanan	IKM	Banyaknya responden
II.1 Direktorat Sistem Referensi Geospasial	2.1.1 Deskripsi Jaring Kontrol Geodesi (JKG)	3.68	32
	2.1.2 Receiver Independent Exchange Format (RINEX) Continously Operating Reference Stations (CORS) Interval 30 detik	3.67	31
	2.1.3 Koreksi Real Time Kinematic (RTK) CORS	3.64	20
	2.1.4 Transformasi dan Konversi Koordinat	3.6	24
	2.1.5 Online Post Processing GNSS	3.63	14
	2.1.6 Model Deformasi	3.73	9
	2.1.7 Real Time GNSS	3.7	18
	2.1.8 Time Series Koordinat CORS	3.69	15
	2.1.9 Pengamatan Pasut Tervalidasi	3.52	21
	2.1.10 Konstanta Harmonik Pasut	3.52	9
	2.1.11 Datum Pasut	3.64	16
	2.1.12 Prediksi Pasut	3.65	14
	2.1.13 Model Pasut	3.61	10
	2.1.14 Data Anomali Gayaberat	3.52	9
	2.1.15 Model Geoid	3.49	12
	2.1.16 Pengumpulan Data SRGI	3.68	23
	2.1.17 Pengolahan Data SRGI	3.76	20
II.2 Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Darat	2.2.1 Layanan Persetujuan Pembuatan IGD	3.76	36
	2.2.2 Layanan Persetujuan Penggunaan IGD	3.67	49
II.3 Direktorat Pemetaan Rupabumi Wilayah Laut dan Pantai	2.3.1 Layanan Data Hipsografi Laut	3.39	9
	2.3.2 Layanan Data Garis Pantai	3.64	50
	2.3.3 Layanan Data Nama Rupabumi Wilayah Laut	3.62	14
	2.3.4 Layanan Konsultansi Teknis Garis Pantai	3.57	19

Nama Unit Eselon 2	Nama Layanan	IKM	Banyaknya responden
	2.3.5 Layanan Konsultasi Teknis Pelaksanaan Survei Garis Pantai	3.52	14
	2.3.6 Layanan Konsultasi Nama Rupabumi Wilayah Laut	3.49	8
	2.3.7 Layanan Konsultasi Hipsografi Laut	3.48	9
	2.3.8 Layanan Survei Batimetri Singlebeam	3.37	7
	2.3.9 Layanan Survei Batimetri Multibeam	3.36	6
II.4 Direktorat Pemetaan Batas Wilayah dan Nama Rupabumi	2.4.1 Verifikasi Teknis Batas Desa/Kelurahan	3.67	27
	2.4.2 Pemberian Persetujuan Penggunaan Informasi Geospasial Dasar Dan Pembuatan Informasi Geospasial Dasar Unsur Batas Wilayah Dalam Penyelenggaraan Informasi Geospasial Dasar	3.67	35
	2.4.3 Permintaan Data oleh K/L Tim Perundingan Batas Darat	3.49	7
	2.4.4 Permintaan Data oleh K/L Tim Perundingan Batas Maritim	3.26	7
	2.4.5 Hitungan Luas Prov/Kab/Kota/Desa/Kelurahan	3.62	11
	2.4.6 Hitungan Luas Pengelolaan Laut Daerah	3.49	10
	2.4.7 Permintaan Data Batas Wilayah Administrasi	3.63	36
	2.4.8 Permintaan Data Nama Rupabumi	3.5	27
	2.4.9 Informasi Wilayah Negara (Jumlah Pulau, Luas Pulau, Luasan Wilayah Negara)	3.34	6
II.5 Direktorat Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial Tematik	2.5.1 Layanan Penyelesaian Tumpang Tindih IGT	3.35	13
	2.5.2 Layanan Pembinaan Integrasi Informasi Geospasial dan Statistik	3.65	21
	2.5.3 Layanan Integrasi dan Sinkronisasi Informasi Geospasial	3.7	27
II.6 Direktorat Pemetaan Tematik	2.6.1 Layanan Pembinaan kepada Penyelenggara IGT	3.52	16
	2.6.2 Layanan Pemetaan Tematik terkait tema IGT: (Sistem Lahan, Bahaya Banjir, Multi Bahaya Bencana, Bahaya Amblesan Tanah)	3.57	20

Nama Unit Eselon 2	Nama Layanan	IKM	Banyaknya responden
	2.6.3 Layanan Data IGT (Sistem Lahan, Bahaya Banjir, Multi Bahaya Bencana, Bahaya Amblesan Tanah)	3.66	19
II.7 Direktorat Atlas dan Penggunaan Informasi Geospasial	2.7.1 Layanan Konsultasi Teknis Penggunaan Informasi Geospasial	3.53	28
	2.7.2 Layanan Konsultasi Teknis Penyelenggaraan Atlas	3.4	10
	2.7.3 Layanan Produk Terapan Informasi Geospasial (IG)	3.46	9
	2.7.4 Layanan Produk Atlas	3.55	11
II.8 Balai Layanan Jasa dan Produk Geospasial	2.8.1 Layanan Penjualan Produk Geospasial	3.41	12
	2.8.2 Layanan Permintaan Data dan Informasi Geospasial	3.73	99
	2.8.3 Layanan Jasa Konsultasi Geospasial	3.68	21
II.9 Balai Geospasial Pesisir dan Gumuk Pasir	2.9.1 Layanan kunjungan	3.85	119
II.10 Direktorat Sumber Daya Manusia Informasi Geospasial	2.10.1 Layanan Registrasi Sertifikat Kompetensi Bidang IG	3.45	17
	2.10.2 Layanan Registrasi Profesi Bidang IG	3.36	15
	2.10.3 Layanan Registrasi Penyedia Jasa IG	3.53	12
	2.10.4 Layanan Konsultasi Pembinaan SDM dan Industri IG	3.59	18
	2.10.5 Layanan Uji Kompetensi JF Surta	3.71	28
	2.10.6 Pemberian Rekomendasi Kebutuhan Formasi JF Surta	3.7	13
II.11 Direktorat Kelembagaan dan Jaringan Informasi Geospasial	2.11.1 Layanan Konsultansi, Sosialisasi dan Bimbingan Teknis Simpul Jaringan	3.61	26
	2.11.2 Layanan Pendampingan Pemantauan dan Evaluasi Penyelenggaraan Simpul Jaringan	3.68	23
	2.11.3 Layanan Permohonan akun Geoportal Kebijakan Satu Peta	3.49	16
	2.11.4 Layanan Pengelolaan konten aplikasi Ina-Geoportal	3.67	18
II.12 Direktorat Standar dan Teknologi Informasi Geospasial	2.12.1 Layanan Penanganan Insiden Aplikasi Palapa	3.67	18
	2.12.2 Layanan Penanganan Insiden Aplikasi Penghubung Simpul Jaringan Informasi Geospasial	3.63	19

Nama Unit Eselon 2	Nama Layanan	IKM	Banyaknya responden
	2.12.3 Layanan Konsultasi Penggunaan Aplikasi PetaKita	3.49	12
	2.12.4 Layanan Konsultasi Geoportal Kebijakan Satu Peta	3.66	17
	2.12.5 Layanan Pendampingan Standardisasi Informasi Geospasial	3.64	25
	2.12.6 Layanan Konsultasi Teknologi Penyelenggaraan IG	3.68	17

