BADAN INFORMASI GEOSPASIAL

EXECUTIVE SUMMARY

KAJIAN PENILAIAN KEPUASAN PRODUK DAN LAYANAN IG TAHUN 2016

Disusun oleh,

WAHANA DATA UTAMA
Jl. Bambu Betung VII No.11 Taman Yasmin Sektor 7
Telp.0251-7552199 Fax. 0251-7552099
BOGOR

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan ini dibuat sebagai hasil pengukuran indeks indikator kinerja dan penilaian atas kepuasaan pengguna produk dan layanan informasi geospasial oleh Badan Informasi Geospasial tahun 2016 yang telah dilaksanakan secara obyektif, komprehensif dan berkualitas.

Pengukuran indeks indikator kinerja dan penilaian atas kepuasaan pengguna produk dan layanan informasi geospasial oleh Badan Informasi Geospasial tahun 2016 dilaksanakan dengan 3 jenis responden, yaitu responden internal BIG, responden eksternal melalui survei lapang, dan responden eksternal melalui survei online. Untuk responden eksternal melalui survei lapang, daerah survei yang diambil ialah empat (4) daerah yaitu Daerah Jakarta, Daerah Yogyakarta, Daerah Sulawesi Utara, dan Daerah Kalimantan Timur.

Demikian Lembar Pengesahan Laporan Executive Summary ini dibuat dengan sebenar-benarnya sesuai dengan hasil pengukuran indeks indikator kinerja dan penilaian kepuasaan pengguna produk dan layanan informasi geospasial oleh Badan Informasi Geospasial tahun 2016 yang diperoleh dari responden yang disurvei.

Konsultan Pelaksana
PT. Wahana Data Utama

Yudi A. Idrus
Direktur Utama

I. Latar Belakang.

Informasi Geospasial (IG) adalah data tentang lokasi geografis, dimensi atau ukuran, dan/atau karakteristik obyek alam dan/atau buatan manusia yang berada di bawah, pada, atau di atas permukaan bumi yang dinyatakan dalam sistem koordinat tertentu yang sudah diolah sehingga dapat digunakan sebagai alat bantu dalam perumusan kebijakan, pengambilan keputusan, dan/atau pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan ruang kebumian.

Informasi Geospasial (IG) terdiri atas Informasi Geospasial Dasar (IGD) dan Informasi Geospasial Tematik (IGT). IGD terdiri atas Jaring Kontrol Geodesi dan Peta Dasar dan hanya diselenggarakan oleh Badan Informasi Geospasial (BIG). IGT wajib mengacu pada IGD dan dapat diselenggarakan oleh Instansi Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau setiap orang. Infrastruktur Informasi Geospasial terdiri atas kebijakan, kelembagaan, teknologi, standar, dan sumberdaya manusia.

Survei Kepuasan Pengguna adalah kegiatan pengukuran umpan balik untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna atas barang/jasa yang diterimanya dari suatu perusahaan/organisasi, serta hal yang sama dari pemasok yang lain. Juga akan diinventarisasi keinginan dan harapannya. Tujuan Survei Kepuasan Pengguna di perusahaan/organisasi adalah untuk mengetahui secara obyektif persepsi pengguna terhadap kinerja produk/jasa yang dihasilkan yang antara lain terkait dengan atribut- atribut *tangibility, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty.* Atribut-atribut tersebut adalah yang langsung dirasakan oleh pelanggan/konsumen yang bermuara pada tingkat kepuasan atas produk/jasa yang diterimanya.

Salah satu sasaran strategis BIG adalah meningkatnya kepuasan pengguna produk dan layanan IG. Indikator sasaran strategis BIG pada tahun 2016 adalah terukurnya indeks kepuasan pengguna terhadap produk dan layanan IG.Oleh karena itu mengingat pentingnya hal tersebut, pada tahun 2016 Badan Informasi Geospasial berkerjasama dengan PT. Wahana Data Utama dalam mengadakan kegiatan Kajian Analisis Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG.

II. Maksud dan Tujuan 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 yang ingin dicapai adalah:

1. Menyusun kajian penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG
2. Meningkatkan kualitas surveyor BIG dalam melakukan survei, pengolahan data serta analisis penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG
3. Mengukur nilai indeks kepuasaan pengguna produk dan layanan IG, baik dari internal BIG dan eksternal BIG.

Ruang lingkup kegiatan survei dapat dikelompokkan menjadi :

1. Tahap Persiapan *(Preparation).*

   Pada tahap persiapan ini, beberapa rangkaian kegiatan yang termasuk tahap ini adalah:

   - Persiapan administrasi.

- ❑ Penentuan Kerangka Kerja dan Jadwal Detil Kegiatan.
- ❑ Inventarisasi Jenis Produk dan Layanan IG yang dihasilkan oleh BIG.
- ❑ Inventarisasi Kelompok Pengguna Produk dan Layanan IG, serta Pegawai BIG yang akan disurvei.
- ❑ Metode Penilaian Kepuasan Produk dan Layanan IG.
- ❑ Menyusun Instrumen Survei Penilaian Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG.
- ❑ Ujicoba Instrumen untuk menentukan validitas dan reliabilitas rancangan Kuesioner.
- ❑ Pelatihan Survei, Pengolahan Data dan Analisis Penilaian Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG.

2. Tahap Pelaksanaan survei lapang *(Fieldwork Survey).*
   - ❑ Survei Lapang (Fieldwork Survey) Dalam Rangka Pengumpulan Data Primer tentang tingkat kepuasan pengguna produk dan layanan IG.
   - ❑ Proses Quality Control (QC) dan Quality Assurance (QA).
3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data *(Data Processing and Analysis)*.
   - ❑ Coding, Input dan Cleaning Data.
   - ❑ Pengolahan dan Analisis Data.
   - ❑ Penyusunan Laporan Hasil yang Memuat Analisa dan Hasil Survei.
4. Tahap Pelaporan Dan Presentasi
   - ❑ Penyusunan Laporan Akhir yang memuat hasil survei dan laporan keseluruhan kegiatan.
   - ❑ Presentasi Hasil Survei.

III. Sasaran Kegiatan.

Sasaran dari kegiatan survei atau biasa disebut dengan istilah Responden adalah :

1. Responden untuk **survei internal** adalah **Pegawai/Pimpinan BIG.**
2. Responden untuk **survei eksternal** adalah :
   a) Instansi pemerintah pusat
   b) Pemerintah daerah
   c) Pendidikan
   d) Industri
   e) Kelompok masyarakat

IV. Output dan Outcome

Output dari kegiatan survei adalah tersedianya hasil pengukuran indeks indikator kinerja dan penilaian atas kriteria hasil PMPRB Tahun 2015 yang obyektif, komprehensif dan berkualitas yang meliputi :

1. Instrument kajian penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG
2. Peningkatan kualitas surveyor BIG dalam melakukan survei, pengolahan data serta analisis penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG

3. Nilai indeks kepuasaan pengguna produk dan layanan IG, baik dari internal BIG dan eksternal BIG.\

V. PENDEKATAN DAN METODOLOGI

Pendekatan ilmiah yang digunakan adalah ***Quantitative Research.***

Pendekatan ***Quantitative Research*** adalah survei langsung ke lapang *(Field Survey)* untuk melakukan wawancara tatap muka *(face to face interview)* terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. Selain menggunakan wawancara tatap muka, dilakukan penyebaran kuesioner melalui acara-acara dan melalui online.

Metodologi pelaksanaan kegiatan terdiri dari :

5.1. Tahap Persiapan.

Pada tahap persiapan ini yang perlu dipersiapkan secara baik dan matang, antara lain :

1. Persiapan Administrasi

Tahap awal dari rangkaian kegiatan "Kajian Penilaian Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan Informasi Geospasial" adalah menyiapkan dokumen administrasi terkait pekerjaan, seperti Surat Perjanjian Kerja (SPK) dan surat izin survei yang diperlukan.

2. Penentuan Kerangka Kerja dan Jadwal Detil Kegiatan.

Untuk dapat melaksanakan sebuah survei tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas produk dan pelayanan publik di lingkungan Badan Informasi Geospasial, maka dibutuhkan kerangka kerja dan jadwal kegiatan, agar pekerjaan selesai tepat waktu. Hal ini dapat berfungsi sebagai pengedali/acuan proses berlangsungnya kegiatan survei. Kerangka kerja berupa rincian kegiatan yang harus dilaksanakan pada setiap tahap kegiatan.

3. Inventarisasi Jenis Produk dan Layanan IG yang dihasilkan oleh BIG

Produk menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Layanan adalah kegiatan atau serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam interaksi dengan orang atau mesin fisik dan yang memberikan kepuasan pengguna. Produk dan layanan adalah dua kunci penting dari pelayanan publik, sehingga dibutuhkan inventarisasi jenis produk dan layanan IG yang dihasilkan oleh BIG.

Terkait dengan produk dan layanan BIG, maka perlu dilakukan inventarisasi produk dan layanan yang tersedia di lingkungan BIG. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Badan Informasi Spasial, maka produk dan layanan jasa unggulan yang dihasilkan oleh pusat-pusat BIG adalah :

1. Daftar produk dan layanan jasa PPIG

No	Produk		
1	Aplikasi Simpul Jaringan (PALAPA) (Pengguna : SJ)		
No	Layanan	No	Layanan
1	IG Terpadu	2	Layanan Simpul Jaringan

2. Daftar Produk PJKGG

No	Produk	No	Produk
1	Data CORS	4	Deskripsi JKH (titik kontrol horizontal)
2	Deskripsi CORS	5	Deskripsi JKV (titik kontrol vertikal)
3	Data pasang surut		

3. Daftar Produk dan Layanan Jasa PPBW

No	Produk	No	Produk
1	Batas negara	7	Densifikasi Pilar Batas Negara RI-PNG
2	Batas administrasi	8	Laporan teknis perundingan batas negara darat
3	Border Sign Post	9	Laporan teknis perundingan batas maritim
4	Common Border Datum Reference Frame (RI-Malaysia, RI-RDTL, dan RI-PNG)	10	Peta Joint Border Mapping Batas Negara (RI-Malaysia dan RI-RDTL)
5	Data Pilar Batas Negara	11	Pulau terluar
6	Data Batas Negara Darat Skala Besar	12	Peta Kecamatan Kawasan Perbatasan Negara Darat
No	**Layanan Jasa**	**No**	**Layanan Jasa**
1	Mendukung Penegasan Batas Daerah	3	Mendukung Penataan Daerah
2	Pembinaan Penghitungan Luas Daerah	4	Plotting Koordinat (permasalahan maritim)

4. Daftar Produk dan Layanan Jasa PPKLP

No	Produk	No	Produk
1	Peta Lingkungan Pantai Indonesia (LPI)	3	Data Batimetri
2	Peta Lingkungan Laut Nasional (LLN)	4	Data Garis Pantai
No	**Layanan Jasa**		
1	Konsultasi pemetaan kelautan dan lingkungan pantai		

5. Daftar Produk dan Layanan Jasa PPIT

No	Produk	No	Produk
1	Peta Penutup Lahan	5	Peta Ekosistem Pesisir (Mangrove, Terumbu Karang, Lamun)
2	Peta Sistem Lahan	6	Peta Rawan Banjir
3	Peta Karakteristik Perairan Laut Dangkal	7	Peta Morfometri
4	Peta Multirawan Bencana		
No	**Layanan Jasa**	**No**	**Layanan Jasa**
1	Pembinaan Penghitungan Luas Daerah	3	Mendukung Penegasan Batas Daerah
2	Mendukung Penataan Daerah		

6. Daftar Produk PPTRA

No	Produk	No	Produk
1	Atlas	5	Peta NKRI
2	Sebaran Gunung dan Sungai (2014)	6	NSPK/RSNI Atlas Taktual
3	Provinsi dari Angkasa	7	Transportasi Laut dan Udara
4	RSNI III Atlas Taktual	8	Model Atlas Untuk Anak

7. Daftar Produk dan Layanan Jasa PPRT

No	Produk	No	Produk
1	Peta Rupabumi	7	DTM (Digital Terrain Model)
2	Indeks Peta Rupabumi Indonesia	8	Data Ketinggian Indonesian
3	Citra Tegak Resolusi Tinggi (CSRT)	9	Uji Akurasi Unsur Peta Rupabumi Indonesia
4	Foto Udara	10	Klasifikasi Unsur Peta Rupabumi Indonesia
5	Data LIDAR	11	Daftar Nama Unsur Rupabumi Indonesia
6	Prosedur Pelaksanaan Kegiatan Pemetaan Rupabumi Indonesia		
No	**Layanan Jasa**	**No**	**Layanan Jasa**
1	Pembuatan dan Penyelenggaraan CSRT (Citra Satelit Resolusi Tinggi)	5	Informasi Ketersediaan Data Skala Besar, Foto Udara dan Citra Tegak Resolusi Tinggi
2	Validasi Peta Dasar	6	Verifikasi Peta Dasar
3	Layanan Supervisi penyelenggaraan pemetaan skala besar	7	Koordinasi dan Konsultasi perhitungan RAB dan spesifikasi penyelenggaraan pemetaan skala besar
4	Konsultasi mekanisme inventarisasi dan verifikasi nama rupabumi	8	Internship bagi mahasiswa/pelajar

4. Inventarisasi Kelompok Pengguna Produk dan Layanan IG, serta Pegawai BIG yang akan disurvei.

Pada kegiatan ini dilakukan inventarisasi kelompok yang akan menjadi responden eksternal dan internal. Responden untuk survei internal adalah Pegawai/Pimpinan BIG. Responden eksternal terdiri dari :

1).Instansi pemerintah pusat,

2).Pemerintah daerah,

3).Pendidikan,

4).Industri, dan

5).Kelompok masyarakat.

5. **Metode Penilaian Kepuasan Produk dan Layanan IG**

Berdasarkan Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009, "Pelayanan Publik" didefinisikan sebagai kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Badan Informasi Geospasial adalah institusi penyelenggara negara yang menyelenggarakan pelayanan publik di bidang informasil geospasial.

"Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakai".

Dengan bahasa yang lebih sederhana Philip Kotler (1994) menyebutkan kepuasan pelanggan sebagai:

"Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang telah dirasakan dengan harapannya".

Berdasarkan kedua definisi tentang "Kepuasan Pelayanan Publik" tersebut, maka dapat diten-tukan definisi "Kepuasan Pelayanan Publik" Badan Informasi Geospasial adalah tingkat perasaan pengguna produk dan layanan IG setelah membandingkan antara kinerja (perfomance) yang dirasakan oleh pengguna produk dan layanan IG dengan harapan mereka terhadap kualitas produk dan layanan Badan Informasi Geospasial.

Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna produk dan layanan IG, perlu dilakukan pengukuran terhadap : kinerja (perfomance) yang telah dirasakan oleh pengguna dan besarnya harapan yang biasanya diukur dengan tingkat kepentingan (Importances) pengguna terhadap kualitas produk dan layanan Badan Informasi Geospasial.

Oleh karena itu, setiap responden yang disurvei diminta untuk memberikan penilaiannya terhadap dua hal sekaligus, yaitu **importance** dan **perfomance** untuk setiap butir pertanyaan (question) atau pernyataan (statement) dalam kuesioner.

6. **Menyusun instrumen survei penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG**

Instrumen survei terdiri dari atribut kepuasan pengguna produk dan layanan IG, serta kuesioner survei. Atribut kepuasan pengguna produk dan layanan IG akan menjadi pedoman dalam menyusun butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Penyusunan atribut survei berpedoman kepada :

- Pasal 21 Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009
- PermenPAN-RB Nomor 16 Tahun 2014

7. **Ujicoba Instrumen untuk menentukan validitas dan reliabilitas rancangan Kuesioner**

Kuesioner yang telah selesai disusun, sebelum dipergunakan dalam survei lapangan perlu dilakukan ujicoba (pre-test) untuk mengetahui validitas dan tingkat keterandalan (Reliability) kuesioner tersebut. Ujicoba dilaksanakan dengan cara melakukan wawancara

pada kelompok kecil responden berjumlah antara 10 – 20 orang dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun di wilayah Jabodetabek. Tingkat validitas dan keterandalan kuesioner dapat diuji dengan menggunakan uji Cronbach's Alpha pada perangkat lunak (Software) SPSS. Berdasarkan hitungan dari 10 responden nilai dari Cronbach's Alpha adalah sebesar **0.934**. Hal ini menandakan bahwa quesioner yang disusun dapat digunakan dengan baik.

8. **Pelatihan Survei, Pengolahan Data dan Analisis Penilaian Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG**

   Pemberian pelatihan survei penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG dilakukan untuk melatih kehandalan, keterampilan, dan kecakapan tim teknis lapangan agar proses pelaksanaan lapangan sesuai dengan SOP yang ada sehingga minim terjadi kesalahan (error) di lapangan. Pengolahan data dan analisis penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG diberikan agar dapat tergambarkan proses pengolahan data dan analisis yang akan dilakukan. Untuk kegiatan ini dilakukan pada akhir kegiatan karena adanya kendala teknis dilapangan.

5.2. TAHAP PELAKSANAAN

1. **Survei Lapang (Fieldwork Survey) Dalam Rangka Pengumpulan Data Primer tentang tingkat kepuasan pengguna produk dan layanan IG..**

   Teknik survei digunakan dalam rangka pengumpulan data primer melalui wawancara langsung tatap muka *(face to face interview)* dengan responden menggunakan kuesioner dan penyebaran kuesioner saat kegiatan BIG dan Online.

2. **Quality Control atas validasi metode sampling, pemilihan sampel, data responden dan hasil wawancara.**

   QC Data dimaksudkan untuk memastikan bahwa responden yang diwawancarai benar-benar ada (bukan responden fiktif) dan proses wawancara benar-benar telah dilaksanakan (bukan hasil rekayasa *surveyor*). QC Data di lokasi survei dilakukan dengan cara *witnesses* dan *Uji Petik.*

   Lembar kuesioner yang telah lulus uji petik, selanjutnya di-entry ke sistem komputerisasi berbasis web di lokasi survei oleh QC Data Officer. Entry data langsung di lokasi survei ini untuk menghemat waktu pelaksanaan survei di lapangan dan merupakan proses entry data tahap I dari *system double entry* yang diaplikasikan dalam kegiatan ini.

5.3. TAHAP PENGOLAHANAN DAN ANALISIS DATA.

1. **Coding dan Entry Data Tahap II.**

   Coding adalah kegiatan pemberian kode atau skor tertentu terhadap semua pilihan jawaban yang ada pada setiap pertanyaan dalam kuesioner.
   Setelah semua kuesioner selesai di-*Coding*, maka tahap selanjutnya adalah *entry data* II. Entry data II ini merupakan kelanjutan dari ***system double entry data*** yang bertujuan untuk melengkapi dan memperbaiki *(editing)* data yang telah di-entry pada tahap I di lokasi survei, sehingga data primer yang diperoleh dari responden pada lembar kuesioner adalah

data yang benar-benar valid dan akurat setelah melewati 2 (dua) kali proses QC data dan 2 (dua) kali proses entry data.

2. Pengolahan Data.

Setelah entry data selesai dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data primer hasil survei. Proses pengolahan data untuk memperoleh keluaran *(Output)* dari kegiatan ini berupa indeks indikator kinerja BIG.

1. Analisis Data.

   Setelah memperoleh keluaran *(Output)* dari kegiatan ini, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis data berupa interpretasi angka indeks tersebut dan analisis pendukung lainnya. Hasil analisis data survei antara lain adalah:

   (1) Interpretasi indeks indikator kepuasaan BIG.

   Interpretasi dari indeks kepuasan pemangku kepentingan/pengguna layanan, maka dapat dinilai kinerja setiap satuan kerja pemilik indeks dapat diklasifikasikan kedalam 4 (empat) kategori, yaitu:

   a) Kualitas A, berarti kinerja satuan kerja pemilik indeks "Sangat Baik"
   b) Kualitas B, berarti kinerja satuan kerja pemilik indeks "Baik"
   c) Kualitas C, berarti kinerja satuan kerja pemilik indeks "Kurang Baik"
   d) Kualitas D, berarti kinerja satuan kerja pemilik indeks "Tidak Baik"

   (2) Analisis Tabulasi Silang *(Cross-tab)* antara indeks indikator kepuasaan pengguna produk dan layanan BIG dengan kelompok pemangku kepentingan/pengguna kepuasaan pengguna produk dan layanan BIG.

   Hasil analisis data berupa indeks indikator kepuasaan pengguna produk dan layanan BIG perlu dibuatkan tabulasi silang terhadap berbagai kelompok responden yang terdiri dari berbagai kelompok pemangku kepentingan/pengguna layanan BIG. *Cross-tab* ini untuk mengetahui karakteristik indeks indikator kepuasaan pengguna produk dan layanan BIG berdasarkan demografi responden, sehingga dapat diketahui dampak pengaruh faktor demografi terhadap besaran nilai indeks, serta faktor demografi responden yang paling dominan mempengaruhi besaran nilai indeks.

   Tabel 1. Contoh analisis *Cross-tab*

No	Daerah Domisili Responden	Indeks
1	Jakarta	3.78
2	Yogyakarta	3.67
3	Sulawesi Utara	3.74
4	Kalimantan Timur	3.57
5	Sulawesi Selatan	3.02
6	Sumatera Barat	3.21
7	Lainnya	3.89
8	Gabungan	3.76

5.4. TAHAP PELAPORAN DAN PRESENTASI *(Reporting and Presentation)*

Laporan hasil kegiatan ini terdiri dari beberapa laporan, yaitu :

1. Penyusunan Laporan Akhir yang memuat hasil survei dan laporan keseluruhan kegiatan

Laporan akhir disusun berdasarkan data yang dihasilkan pada tahap pengolahan dan analisis data secara keseluruhan, interpretasi dari masing-masing hasil analisis data, serta masukan-masukan dari Tim Teknis dan Tim Tenaga Ahli konsultan, maka dapat disusun sebuah Laporan Akhir kegiatan, rekomendasi, saran dan tindak lanjut peningkatan pelayanan publik di lingkungan Badan Informasi Geospasial. Adapun dalam tahap ini yang disusun adalah:

- Menyusun desain database indeks kepuasan pengguna produk dan layanan IG,
- Menyusun model perhitungan penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG berdasarkan Indeks Kepuasan Pengguna (Customer Satisfaction Index / CSI) secara agregat maupun disagregat,
- Menyusun desain penyajian hasil kepuasan pengguna IG secara spasial,
- Menyusun desain laporan analisis penilaian kepuasan pengguna produk dan layanan IG,
- Merumuskan panduan penyusunan rekomendasi, saran dan tindak lanjut peningkatan pelayanan publik di Badan Informasi Geospasial agarsesuai dengan harapan pengguna.

2. Presentasi Hasil Survei.

Rangkaian terakhir dari seluruh rangkaian kegiatan adalah memaparkan hasil kegiatan dihadapan Tim Teknis dan Pimpinan Badan Informasi Geospasial .

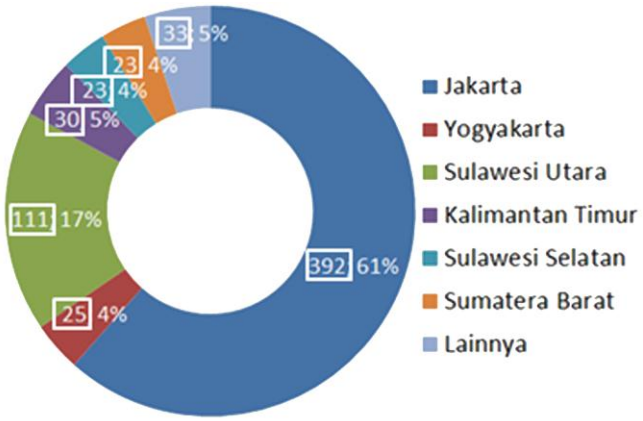
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. KEPUASAAN PENGGUNA PRODUK DAN LAYANAN IG EKSTERNAL

Kepuasaan pengguna produk dan layanan IG eksternal dapat dibagi menjadi dua nilai kepuasaan, berdasarkan metode survei yang digunakan yaitu (1) Kepuasaan pengguna produk dan layanan IG hasil survei lapangan eksternal; (2) Kepuasaan pengguna produk dan layanan IG hasil survei online eksternal.

6.1.1. KEPUASAAN HASIL SURVEI LAPANGAN EKSTERNAL

Berdasarkan hasil survei lapang eksternal didapat responden sebesar 637 responden dari berbagai daerah, seperti yang digambarkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Sebaran responden survei lapangan eksternal

Tabel 2. Indeks kepuasan pengguna dan layanan IG hasil survei lapangan eksternal

No	Daerah Domisili Responden	Indeks
1	Jakarta	3.78
2	Yogyakarta	3.67
3	Sulawesi Utara	3.74
4	Kalimantan Timur	3.57
5	Sulawesi Selatan	3.02
6	Sumatera Barat	3.21
7	Lainnya	3.89
8	Gabungan	3.76

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai indeks kepuasaan pengguna dan layanan IG hasil survei lapangan eksternal sebesar 3.76. Hal ini menurut skala mutu pelayanan IG adalah "B" dengan predikat Baik.

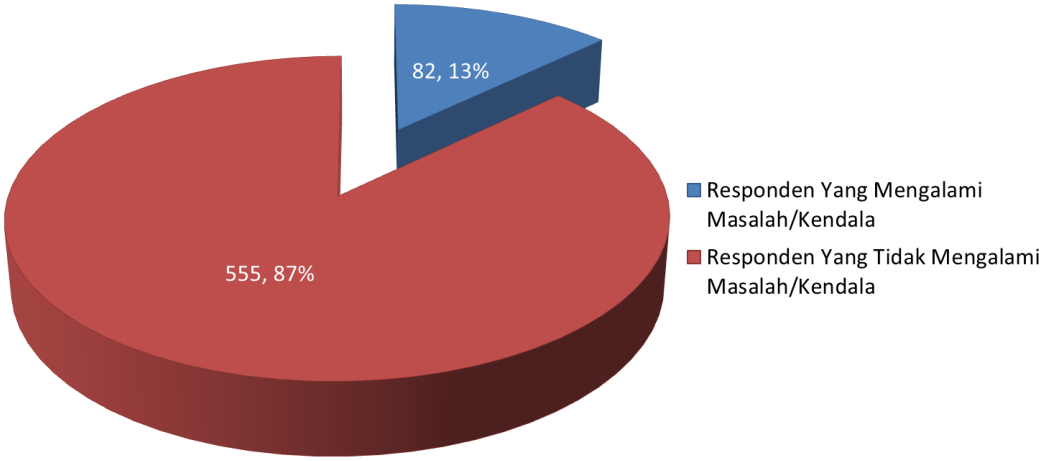
Tabel 3. Tabel skala mutu pelayanan

No	Interval IKP	Mutu Pelayanan	Kinerja Pelayanan Publik
1	1,00 - 2,00	D	Tidak Baik
2	2,00 - 3,00	C	Kurang Baik
3	3,00 - 4,00	B	Baik
4	4,00 - 5,00	A	Sangat Baik

Secara keseluruhan responden eksternal BIG tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan produk dan layanan BIG, seperti yang di gambarkan pada tabel dan grafik dibawah ini.

Tabel 4. Tabel persentase kendala responden eksternal BIG

No.	Responden	Jumlah	Persentase
1	Responden Yang Mengalami Masalah/Kendala	82	12.87%
2	Responden Yang Tidak Mengalami Masalah/Kendala	555	87.13%
	Total	637	100.00%



Gambar 2. Persentase kendala responden eksternal BIG

Menurut responden ada beberapa indikator yang sangat penting menurut responden eksternal berdasarkan tabel 5. Tiga nilai indikator kepentingan terbesar menurut survei lapangan, dimana menurut responden paling penting dalam pelayanan yang diberikan BIG yaitu :

- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)
- Persyaratan memperoleh produk/pelayanan
- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Meskipun responden tidak mengalami kendala seperti table 4 dan gambar 2, diperlukan beberapa perbaikan di dalam BIG sesuai indikator dan nilai kepentingan. hal ini dapat terlihat dari nilai GAP dan *Importance And Perfomance Analysis* (IPA).

Tabel 5. Tabel kepentingan responden eksternal BIG

Indikator	SKOR							
	1	2	3	4	5	6	0	Gabungan
Persyaratan memperoleh produk/pelayanan	4.41	3.95	4.60	3.84	4.36	4.40	4.60	4.37
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	4.40	4.45	4.44	3.96	4.18	4.29	4.36	4.35
Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	4.61	4.68	4.49	4.60	3.82	4.57	4.55	4.54
Biaya memperoleh produk/pelayanan	3.70	3.86	3.97	3.68	3.73	3.81	4.36	3.83
Waktu pelayanan	3.41	3.52	4.03	3.52	3.40	4.10	4.45	3.70
Faslitas pelayanan (Area parkir, ruang tunggu, fasilitas penunjang,dsb)	3.32	3.45	3.61	3.35	3.60	3.52	4.10	3.48
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	3.33	3.62	3.94	3.61	3.70	4.00	4.55	3.68
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	3.27	3.43	3.76	3.65	3.70	4.00	4.55	3.59
Penanganan pengaduan	3.15	3.24	3.82	3.42	3.55	3.90	4.33	3.49
Maklumat pelayanan	3.13	3.24	3.68	3.29	3.50	3.90	4.00	3.42
Rata-rata	3.67	3.75	4.03	3.69	3.75	4.05	4.39	3.84

Tabel 6. Nilai GAP hasil survei lapang eksternal

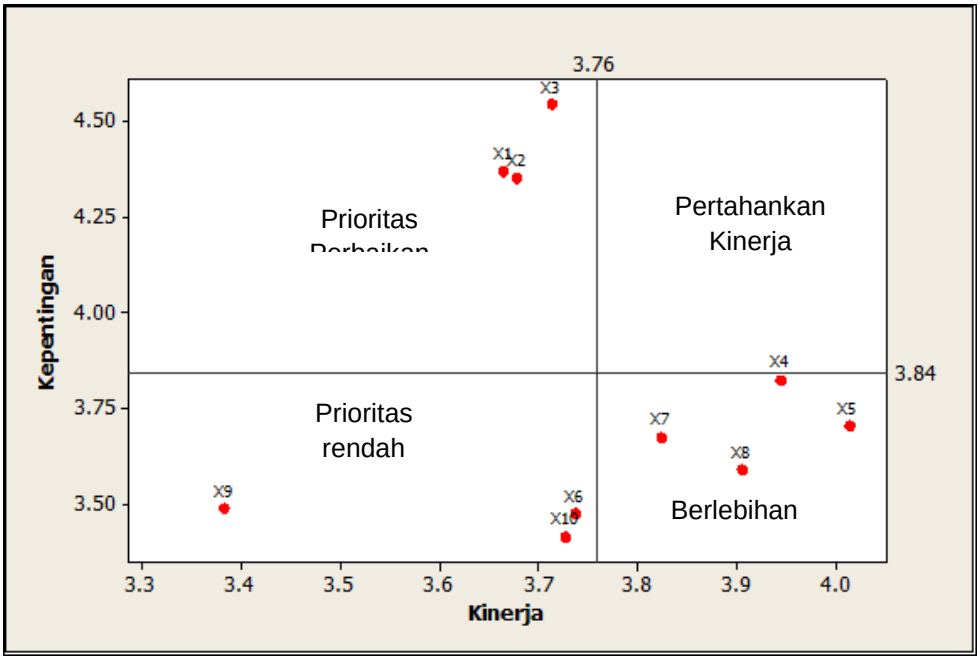
Indikator	Kepentingan	Kinerja	GAP	Keteranga
Persyaratan memperoleh produk/pelayanan	4.37	3.66	0.70	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	4.35	3.68	0.67	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	4.54	3.71	0.83	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Biaya memperoleh produk/pelayanan	3.83	3.94	(0.12)	
Waktu pelayanan	3.70	4.01	(0.31)	
Faslitas pelayanan (Area parkir, ruang tunggu, fasilitas penunjang,dsb)	3.48	3.74	(0.26)	
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	3.68	3.82	(0.15)	
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	3.59	3.90	(0.31)	
Penanganan pengaduan	3.49	3.38	0.11	
Maklumat pelayanan	3.42	3.73	(0.31)	
Rata-Rata Kesenjangan			0.09	
Simpangan Baku *(Standard Deviation)*			0.47	
Keragaman (Variance)			0.22	
Ambang Batas Bawah Kesenjangan			(0.12)	
Ambang Batas Atas Kesenjangan			0.29	

Berdasarkan tabel GAP dapat dilihat terdapat nilai indikator dan kepentingan yang memiliki selang/gap yang tinggi, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat 3 indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)
- Persyaratan memperoleh produk/pelayanan
- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Tabel 7. Nilai IPA hasil survei lapang eksternal

Kode	Indikator	Kepentingan	Kinerja
X1	Persyaratan memperoleh produk/pelayanan	4.37	3.66
X2	Prosedur memperoleh produk/pelayanan	4.35	3.68
X3	Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	4.54	3.71
X4	Biaya memperoleh produk/pelayanan	3.83	3.94
X5	Waktu pelayanan	3.70	4.01
X6	Fasilitas pelayanan (Area parkir, ruang tunggu, fasilitas penunjang dsb)	3.48	3.74
X7	Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	3.68	3.82
X8	Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	3.59	3.90
X9	Penanganan pengaduan	3.49	3.38
X10	Maklumat pelayanan	3.42	3.73
	Rata-Rata	3.84	3.76



Gambar 3. IPA hasil survei lapang eksternal

Berdasarkan tabel IPA dapat dilihat terdapat nilai indikator yang menjadi prioritas perbaikan, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat 3 indikator yang perlu melakukan perbaikan :

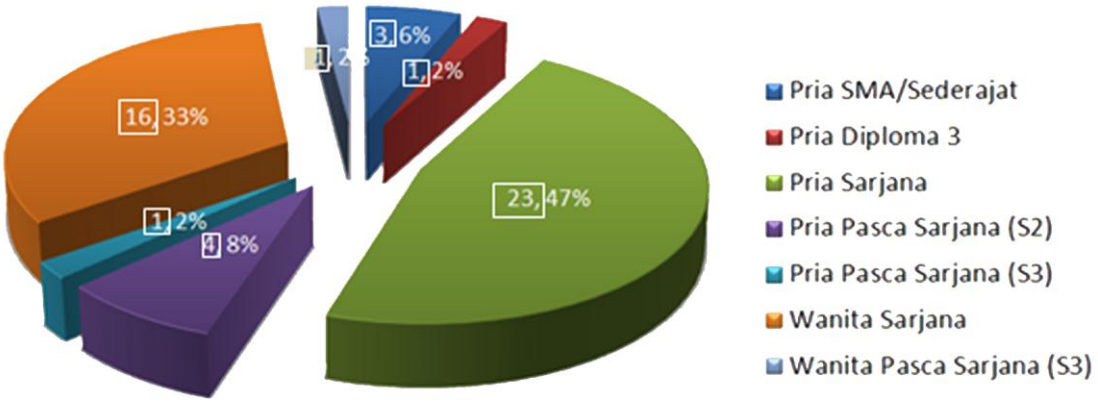
- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)
- Persyaratan memperoleh produk/pelayanan
- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Berdasarkan nilai GAP dan IPA dapat dilihat bahwa indikator yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan hasil survei lapang eksternal adalah :

1. Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)
2. Persyaratan memperoleh produk/pelayanan
3. Prosedur memperoleh produk/pelayanan

6.1.2. KEPUASAAN HASIL SURVEI ONLINE EKSTERNAL

Berdasarkan hasil survei online eksternal didapat responden sebesar 49 responden, seperti yang digambarkan pada gambar 4 berdasarkan jenis kelamin dan pendidikan terakhir responden survei online eksternal.



Gambar 4. Sebaran responden survei online eksternal

Tabel 8. Indeks kepuasan pengguna dan layanan IG hasil survei online eksternal

Indikator	Indeks	Bobot	Skor
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	0.46	**13.62%**	3.35
Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	1.18	**32.53%**	3.61
Faslitas pelayanan (Website)	0.25	**7.31%**	3.45
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	0.82	**20.93%**	3.92
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	0.37	**9.71%**	3.78
Penanganan pengaduan	0.28	**8.83%**	3.13
Maklumat pelayanan	0.25	**7.06%**	3.48
Indeks	**3.59**	**100.00%**	

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai indeks kepuasaan pengguna dan layanan IG hasil survei online eksternal sebesar 3.56. Hal ini menurut skala mutu pelayanan IG adalah "B" dengan predikat Baik.

Tabel 9. Tabel skala mutu pelayanan

No	Interval IKP	Mutu Pelayanan	Kinerja Pelayanan Publik
1	1,00 - 2,00	D	Tidak Baik
2	2,00 - 3,00	C	Kurang Baik
3	3,00 - 4,00	B	Baik
4	4,00 - 5,00	A	Sangat Baik

Diperulkan beberapa perbaikan di dalam BIG sesuai indikator dan nilai kepentingan. hal ini dapat terlihat dari nilai GAP dan *Importance And Perfomance Analysis* (IPA).

Berdasarkan tabel GAP dapat dilihat terdapat nilai indikator dan kepentingan yang memiliki selang/gap yang tinggi, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat 3 indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)
- Kompetensi pelaksana (pengetahuan dan keterampilan)
- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Tabel 10. Nilai GAP hasil survei online eksternal

Indikator	Kepentingan	Kinerja	GAP	Keterangan
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	3.61	3.35	0.25	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	4.79	3.61	1.18	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Faslitas pelayanan (Website)	1.87	3.45	(1.58)	
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	4.05	3.92	0.13	Dibutuhkan Perbaikan Kinerjanya
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	2.71	3.78	(1.07)	
Penanganan pengaduan	2.26	3.13	(0.87)	
Maklumat pelayanan	1.24	3.48	(2.24)	
Rata-Rata Kesenjangan			(0.60)	
Simpangan Baku *(Standard Deviation)*			1.18	
Keragaman (Variance)			1.39	
Ambang Batas Bawah Kesenjangan			(1.40)	
Ambang Batas Atas Kesenjangan			(0.42)	

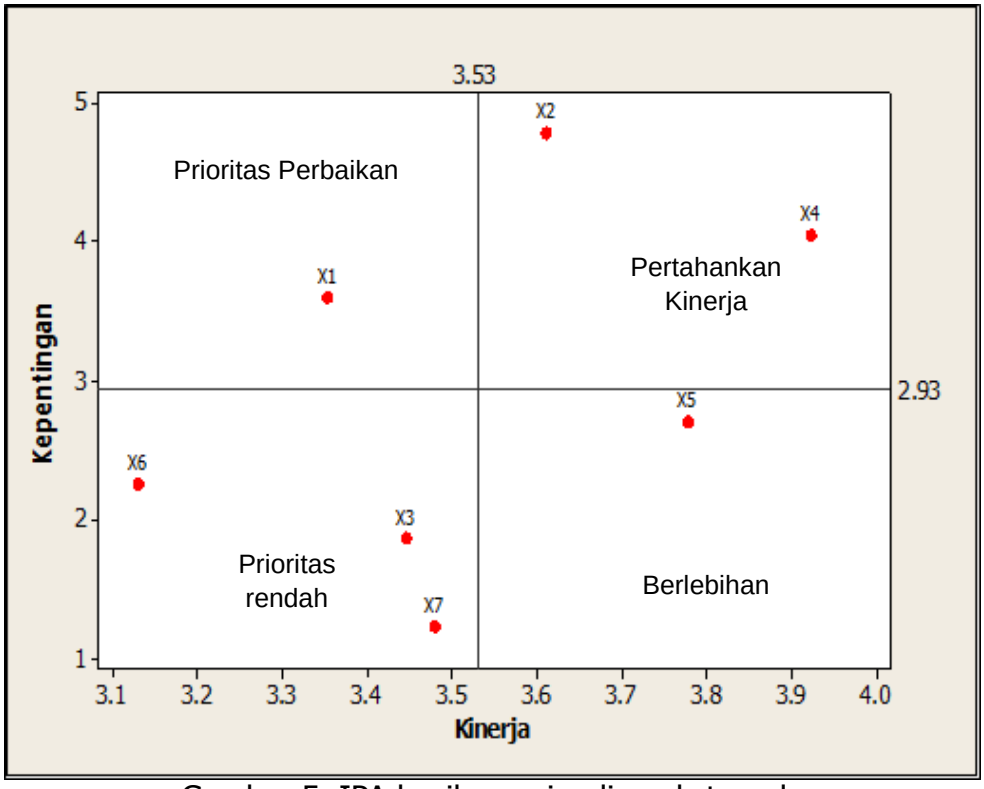
Berdasarkan tabel GAP dapat dilihat terdapat nilai indikator dan kepentingan yang memiliki selang/gap yang tinggi, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat 3 indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan)

- Kompetensi pelaksana (pengetahuan dan keterampilan)
- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Tabel 11. Nilai IPA hasil survei lapang eksternal

Kode	Indikator	Kepentingan	Kinerja
X1	Prosedur memperoleh produk/pelayanan	3.61	3.35
X2	Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/pelayanan)	4.79	3.61
X3	Faslitas pelayanan (Website)	1.87	3.45
X4	Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	4.05	3.92
X5	Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	2.71	3.78
X6	Penanganan pengaduan	2.26	3.13
X7	Maklumat pelayanan	1.24	3.48
	Rata-Rata	2.93	3.53



Gambar 5. IPA hasil survei online eksternal

Berdasarkan tabel IPA dapat dilihat terdapat nilai indikator yang menjadi prioritas perbaikan, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Prosedur memperoleh produ/pelayanan

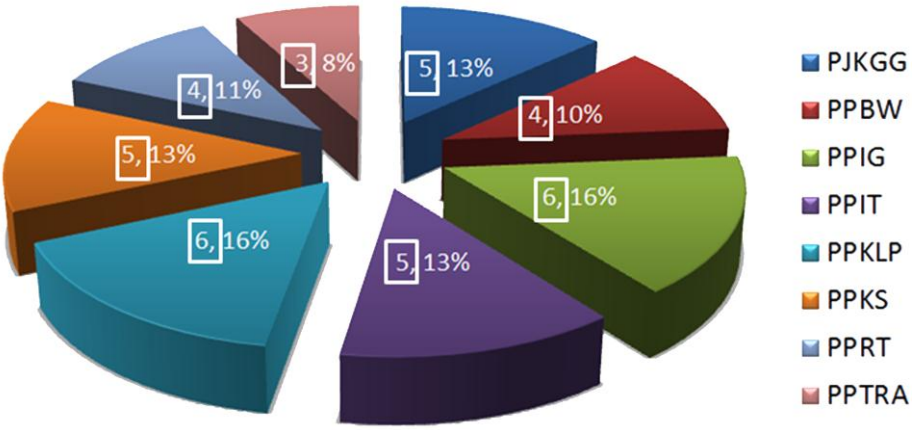
Berdasarkan nilai GAP dan IPA dapat dilihat bahwa indikator yang perlu dilakukan

perbaikan berdasarkan hasil survei online eksternal adalah :

- Prosedur memperoleh produk/pelayanan (Prioritas perbaikan)
- Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan) (dipertahankan kinerja tetapi dibutuhkan evaluasi dalam pengembangan)
- Kompetensi pelaksana (pengetahuan dan keterampilan) (dipertahankan kinerja tetapi dibutuhkan evaluasi dalam pengembangan)

6.1.3. KEPUASAAN HASIL SURVEI LAPANGAN INTERNAL

Berdasarkan hasil survei lapang eksternal didapat responden sebesar 38 responden dari 8 pusat di BIG, seperti yang digambarkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 6. Sebaran responden survei lapangan internal

Tabel 12. Indeks kepuasan pengguna dan layanan IG hasil survei lapangan internal

No	Pusat	Nilai Indeks Pusat
1	**PJKGG**	3.87
2	**PPRT**	3.38
3	**PPKLP**	3.28
4	**PPBW**	3.30
5	**PPIT**	2.95
6	**PPTRA**	3.30
7	**PPPIG**	3.31
8	**PSKIG**	3.36
9	**PPPKS**	3.12
10	**Gabungan**	3.32

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai indeks kepuasaan pengguna dan layanan IG hasil survei lapangan internal sebesar 3.32. Hal ini menurut skala mutu pelayanan IG adalah "B" dengan predikat Baik.

Tabel 13. Tabel skala mutu pelayanan

No	Interval IKP	Mutu Pelayanan	Kinerja Pelayanan Publik
1	1,00 - 2,00	D	Tidak Baik
2	2,00 - 3,00	C	Kurang Baik
3	3,00 - 4,00	B	Baik
4	4,00 - 5,00	A	Sangat Baik

Tabel 14. Tabel kepentingan responden internal BIG

Indikator	PJKGG	PPRT	PPKLP	PPBW	PPIT	PPTRA	PPPIG	PSKIG	PPPKS	Gab
Persyaratan memperoleh produk/pelayanan	3.06	3.21	3.38	3.04	3.00	3.43	3.14	3.67	3.48	3.27
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	4.50	4.41	4.43	4.69	4.40	4.79	4.45	4.33	3.48	4.39
Waktu pelayanan	2.67	2.53	2.48	2.12	2.40	2.29	2.97	2.29	3.00	2.52
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	2.44	2.44	2.48	2.85	3.10	2.79	2.59	2.81	2.62	2.68
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	1.28	1.91	1.76	1.85	1.50	1.29	1.72	1.67	2.19	1.68
Rata-rata	2.79	2.90	2.90	2.91	2.88	2.91	2.97	2.95	2.95	2.91

Menurut internal BIG ada beberapa indikator yang sangat penting menurut internal BIG berdasarkan tabel 5. Tiga nilai indikator kepentingan terbesar menurut survei internal, dimana menurut internal BIG paling penting dalam pelayanan yang diberikan sesama pusat BIG yaitu :

- Prosedur memperoleh produk/pelayanan
- Persyaratan memperoleh produk/pelayanan
- Kompetensi pelaksana (pengetahuan dan keterampilan)

Diperlukan beberapa perbaikan di dalam BIG sesuai indikator dan nilai kepentingan. hal ini dapat terlihat dari nilai GAP dan *Importance And Perfomance Analysis* (IPA).

Tabel 15. Nilai GAP hasil survei lapang Internal

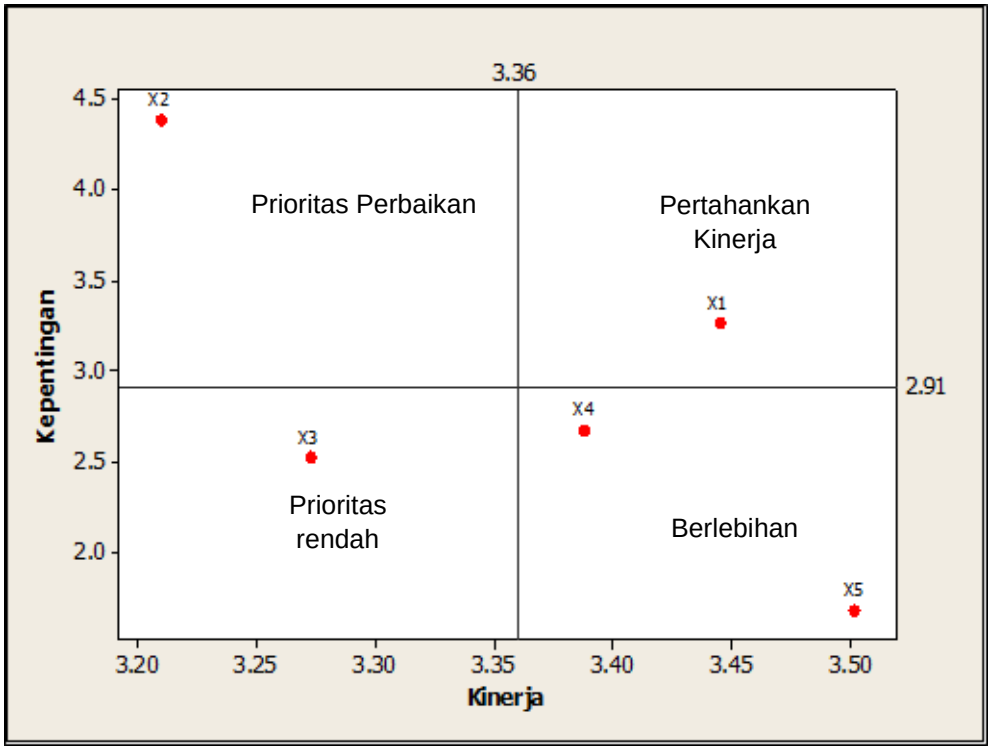
Indikator	Kepentingan	Kinerja	GAP
Persyaratan memperoleh produk/pelayanan	3.27	3.44	(0.17)
Prosedur memperoleh produk/pelayanan	4.39	3.18	1.20
Waktu pelayanan	2.52	3.28	(0.75)
Kompetensi pelaksana (Pengetahuan dan keterampilan)	2.68	3.39	(0.71)
Perilaku pelaksana (keramahan, kesopanan, kedisiplinan)	1.68	3.51	(1.82)
Rata-Rata Kesenjangan			(0.45)
Simpangan Baku *(Standard Deviation)*			1.10
Keragaman (Variance)			1.21
Ambang Batas Bawah Kesenjangan			(0.94)
Ambang Batas Atas Kesenjangan			0.04

Berdasarkan tabel GAP dapat dilihat terdapat nilai indikator dan kepentingan yang memiliki selang/gap yang tinggi, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Prosedur memperoleh produk/pelayanan

Tabel 16. Nilai IPA hasil survei lapang Internal

Kode	Indikator	Kepentingan	Kinerja
x1	Prosedur memperoleh produk/pelayanan	3.27	3.44
x2	Produk/pelayanan	4.39	3.18
x3	Waktu Pelayanan	2.52	3.28
x4	Kompetensi pelaksana	2.68	3.39
x5	Perilaku pelaksana	1.68	3.51
	Rata-rata	**2.91**	**3.36**



Gambar 7. IPA hasil survei lapang eksternal

Berdasarkan tabel IPA dapat dilihat terdapat nilai indikator yang menjadi prioritas perbaikan, hal ini terjadi karena responden merasa bahwa indikator merasa sangat penting akan tetapi kinerja yang dirasa responden belum cukup. Berdasarkan GAP analisis, terdapat indikator yang perlu melakukan perbaikan :

- Produk/pelayanan.

Berdasarkan nilai GAP dan IPA dapat dilihat bahwa indikator yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan hasil survei lapang eksternal adalah :

- Prosedur memperoleh produk/pelayanan (Prioritas perbaikan)

Hal yang termasuk dalam indikator produk/pelayanan, seperti (1).Kualitas produk dan pelayanan, (2).Keragaman produk dan pelayanan, dan (3).Kelengkapan produk dan pelayanan.

VII. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, dapat dirangkum beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan survei lapang eksternal bahwa terdapat 3 indikator yang perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu (1) Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/ kelengkapan produk/ pelayanan); (2) Persyaratan memperoleh produk/pelayanan; dan (3) Prosedur memperoleh produk/pelayanan
2. Berdasarkan survei online eksternal bahwa terdapat indikator yang perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu prosedur memperoleh produk/pelayanan
3. Berdasarkan survei online eksternal bahwa terdapat indikator yang perlu dilakukan evaluasi perbaikan, pengembangan, dan pertahankan kinerja yaitu (1) Produk/pelayanan (Kualitas produk/pelayanan, keragaman/kelengkapan produk/ pelayanan) dan (2) Kompetensi pelaksana (pengetahuan dan keterampilan).
4. Berdasarkan survei lapang internal bahwa terdapat indikator yang perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu prosedur memperoleh produk/pelayanan.
5. Secara keseluruhan indikator yang perlu dijadikan prioritas perbaikan adalah prosedur memperoleh produk/pelayanan
6. Secara keseluruhan kinerja BIG terhadap penyedia produk dan layanan IG pada tahun 2016 sudah baik dengan nilai indeks keseluruhan 3,51 predikat "Baik". Tetapi butuh ditingkatkan kembali dalam kinerja baik secara keseluruhan maupun perpusatnya.

7.2. Rekomendasi.

Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil survei, antara lain:

1. Untuk pelanggan eksternal, (1) meningkatkan kemudahan prosedur dan persyaratan dalam mendapatkan produk/jasa, (2) meningkatkan kualitas produk/jasa

2. Untuk pelanggan internal, meningkatkan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan pelayanan dari sesama satker
3. Meningkatkan kecepatan dan *responsiveness* dalam memberikan pelayanan
4. mereview prosedur dan persyaratan dalam memperoleh pelayanan dan produk BIG., baik untuk pelanggan eksternal maupun internal. Menetapkan SLA (Service Level Agreement)
5. Meningkatkan kompetensi dan motivasi serta paradigma melayani
6. Bekerjasama dengan Kementerian/Lembaga dan pemerintah daerah dalam pengembangan produk. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kuantitas dan kualitas SDM IG di daerah serta pengembangan sertifikasi SDM IG
7. Pengembangan pelayanan satu pintu
8. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi serta sebagai sarana penyampaian saran dan keluhan