LAPORAN TINDAK LANJUT
SURVEY KEPUASAN MASYARAKAT TAHUN 2018

BADAN INFORMASI GEOSPASIAL

© 2019

KATA PENGANTAR

Bulan Oktober Tahun 2017 Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala BAPPENAS meresmikan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial Badan Informasi Geospasial. Pelayanan Terpadu diselenggarakan oleh Badan Informasi Geospasial sebagai keinginan Badan Informasi Geospasial untuk meningkatkan pelayanan yang cepat, akurat dan terpercaya dan juga sebagai implementasi reformasi birokrasi. Guna mewujudkan Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial yang terintegrasi berbagai perbaikan dan peningkatan layanan terus dilakukan termasuk di dalamnya adalah kepuasan terhadap konsumen yang mendapatkan layanan dari Badan Informasi Geospasial.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) merupakan salah satu indikator kinerja pimpinan di Badan Informasi Geospasial. Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) dilakukan secara berkala setiap satu tahun sekali sejak tahun . Hasil dari survei kepuasan masyarakat ditindaklanjuti pada komponen penilaian yang kurang dan dilakukan peningkatan pada komponen layanan yang sudah baik.

Nilai Kepuasan Masyarakat Badan Informasi Geospasial pada tahun 2018 adalah 3.85 pada skala 5 dengan kategori penilaian "baik". Dalam laporan ini disampaikan tindaklanjut dari hasil nilai kepuasan masyarakat untuk layanan dan produk. Semoga laporan ini dapat dijadikan acuan dalam perbaikan pelayanan publik di Badan Informasi Geospasial.

Cibinong, Februari 2019

Dr. Ir. Wiwin Ambarwulan, M.Sc

BAB I. PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

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

Menurut UU No. 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik dinyatakan bahwa setiap pimpinan lembaga negara berkewajiban melaksanakan evaluasi penyelenggaraan pelayanan publik yang telah dilakukannya. Selaras dengan hal ini Badan Informasi Geospasial (BIG) sebagai salah satu lembaga negara memiliki sasaran strategis yaitu peningkatan kepuasan pengguna produk dan layanan IG. Indikator dari sasaran strategis tersebut adalah terukurnya indeks kepuasan terhadap pengguna produk dan layanan IG. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen adalah dengan melakukan survei kepuasan masyarakat pengguna produk/layanan. Survei kepuasan pengguna adalah kegiatan pengukuran umpan balik untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna atas barang/jasa yang diterimanya dari suatu perusahaan/organisasi. Selain itu juga akan diinventarisasi keinginan dan harapannya dari pengguna atas barang/jasa. Tujuan survei kepuasan pengguna di perusahaan/organisasi adalah untuk mengetahui secara objektif persepsi pengguna terhadap kinerja produk/jasa yang

dihasilkan yang antara lain terkait dengan atribut-atribut *tangibles, 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.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2017, survei kepuasan masyarakat adalah pengukuran secara komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat yang memperoleh pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan publik menurut Peraturan Pemerintah tahun 96 Tahun 2012 sendiri adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Penyelenggara yang dimaksud adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Masyarakat yang dimaksud adalah seluruh pihak, baik warga negara maupun penduduk sebagai orang perseorangan, kelompok, maupun badan hukum yang berkedudukan sebagai penerima manfaat pelayanan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur Indeks kepuasan konsumen adalah dengan melakukan survei kepuasan masyarakat pengguna produk/layanan. Survei kepuasan pengguna adalah kegiatan pengukuran umpan balik untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna atas barang/jasa yang diterimanya dari suatu perusahaan/organisasi. Selain itu akan diinventarisasi keinginan dan harapannya dari pengguna atas barang/jasa. Tujuan Survei Kepuasan Pengguna di perusahaan/organisasi adalah untuk mengetahui secara objektif persepsi pengguna terhadap kinerja produk/jasa yang dihasilkan yang antara lain terkait dengan atribut-atribut *tangibles, 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.

Oleh karena pentingnya hal tersebut, pada tahun 2018 Pusat Penelitian, Promosi dan Kerjasama (PPKS), Badan Informasi Geospasial (BIG) mengadakan kegiatan Survei Kepuasan Masyarakat Pengguna Produk dan Layanan IG. Metode analisis yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah IPA-CSI (*Importance Kinerja Analysis - Customer Satisfaction Index*). Hasil Survei

Kepuasan Masyarakat (SKM) yang disebarkan pada responden yang menerima layanan Badan Informasi Geospasial dituangkan dalam Indeks Kepuasan Masyarakat yang menggunakan metode yang sudah ditetapkan. Komponen Survei Kepuasan Masyarakat yang dinilai prosedur pelayanan, interaksi petugas dan fasilitas ruang layanan.

2. DASAR HUKUM

a) Undang-Undang Nomor 4 tahun 2011 tentang Informasi Geospasial

b) Peraturan Presiden Nomor 94 tahun 2011 tentang Badan Informasi Geospasial

c) Peraturan Kepala BIG Nomor 3 tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja BIG

d) Undang Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

e) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

f) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Badan Informasi Geospasial

g) Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2009 tentang Pedoman Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik dengan Partisipasi Pengguna Layanan

h) Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Pengguna terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik

i) Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik

3. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dan tujuan dibuatnya Laporan Tindak Lanjut hasi Kepuasan Pengguna Produk dan Layanan IG adalah melakukan analisis terhadap hasil Survei Kepuasan Masyarakat yang telah dilakukan pada tahun 2018. Sedangkan tujuan kegiatan ini adalah menindaklanjut nilai hasil

kepuasan masyarakat yang masih rendah sesuai dengan analisis IPA-CSI (*Importance Kinerja Analysis - Customer Satisfaction Index*).

BAB II. METODE PERHITUNGAN SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 tahun 2014, survei kepuasan masyarakat adalah pengukuran secara komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat yang memperoleh pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik.

Pelayanan publik menurut Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 sendiri adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Penyelenggara yang dimaksud adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Masyarakat yang dimaksud adalah seluruh pihak, baik warga negara maupun penduduk sebagai orang perseorangan, kelompok, maupun badan hukum yang berkedudukan sebagai penerima manfaat pelayanan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ruang lingkup pelaksanaan survei kepuasan masyarakat mencakup enam kategori pengguna produk dan layanan IG yaitu :

1. Pengguna produk IG dan memperoleh produk IG dengan datang langsung ke kantor BIG
2. Pengguna produk IG dan memperoleh produk IG secara online
3. Pengguna produk IG dan memperoleh produk IG dari website BIG.
4. Pengguna layanan Data Rp 0,- dan memperoleh layanan data dengan datang langsung ke kantor BIG
5. Pengguna layanan Data Rp 0,- dan memperoleh layanan data secara online
6. Pengguna layanan BIG

Komponen yang dievaluasi dari masing-masing kategori dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Komponen yang dievaluasi per kategori pelanggan

NO	KATEGORI PELANGGAN	KOMPONEN YANG DIEVALUASI
1.	Pelanggan BIG yang menggunakan produk IG dan memperoleh produk IG dengan datang langsung ke kantor IG	1. Prosedur pelayanan 2. Interaksi dengan petugas IG 3. Fasilitas ruang layanan
2.	Pelanggan BIG yang menggunakan produk IG dan memperoleh produk IG secara online	1. Prosedur pelayanan
3.	Pelanggan BIG yang menggunakan produk IG dan memperoleh produk IG dari website BIG	1. Informasi yang diperoleh dari website 2. Kecepatan dan kemudahan dalam mengakses data dari portal yang tersedia
4.	Pelanggan BIG yang menggunakan layanan Data Rp 0,- dan memperoleh layanan data dengan datang langsung ke kantor IG	1. Prosedur pelayanan 2. Interaksi dengan petugas IG 3. Fasilitas ruang layanan
5.	Pelanggan BIG yang menggunakan layanan Data Rp 0,- dan memperoleh layanan data secara online	1. Prosedur pelayanan
6.	Pelanggan BIG yang menggunakan layanan IG	1. Prosedur pelayanan 2. Interaksi dengan petugas IG 3. Fasilitas ruang layanan 4. Jika terkait dengan diklat : kualitas widyaiswara dan pelayanan selama pelaksanaan pelatihan

Adapun definisi dari masing-masing komponen yang dievaluasi sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan meliputi kesesuaian *Standard Operation Procedure* (SOP) di lapangan;
2. Interaksi dengan petugas IG meliputi Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kecakapan (*Competence*), dan Kesopanan (*Courtesy*);
3. Fasilitas ruang layanan meliputi kenyamanan, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas yang ada di lingkungan IG;
4. Kualitas widyaiswara terkait dengan kompetensi widyaiswara dengan bidang yang diajarkan;
5. Pelayanan pelatihan meliputi konsumsi yang disediakan, tempat tinggal, serta kenyamanan ruang pelatihan.

BAB III. HASIL NILAI INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT

Nilai IKM pengguna produk dan layanan IG terboboti adalah sebesar 3.8, untuk pengguna produk saja adalah sebesar 3.77 sedangkan pada pengguna layanan saja sebesar 3.94. Hasil perhitungan nilai IKM memperlihatkan bahwa persentase IKM yang diperoleh secara keseluruhan lebih dari 75%, dengan kata lain pengguna produk dan layanan IG puas terhadap pelayanan yang mereka terima dari BIG. Nilai indeks kepuasan masyarakat (IKM) masing-masing atribut di atas nilai 3.6, dengan kata lain responden sudah puas terhadap layanan di BIG. Seluruh nilai indeks kepentingan per masing-masing atribut berada di atas nilai 4. Hal ini berarti responden menganggap semua atribut pelayanan sangat penting bagi mereka. Nilai IKM pada masing-masing layanan yang diukur dihitung menggunakan CSI. Layanan BIG dan layanan melalui Web memiliki nilai IKM masing-masing secara berurutan adalah sebesar 3.94 dan 3.71. IKM untuk layanan diklat adalah sebesar 3.94. Layanan datang langsung ke BIG memiliki nilai IKM sebesar 3.89. Layanan email memiliki nilai IKM sebesar 3.84. Nilai IKM paling besar dimiliki oleh layanan di BIG secara keseluruhan dan layanan diklat di BIG, yaitu sebesar 3.94, sedangkan nilai IKM paling kecil dimiliki oleh layanan Web, yaitu sebesar 3.71. Secara detail ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Nilai IKM per atribut

NO	KOMPONEN	KEPUASAN	KEPENTINGAN
1	**Layanan BIG**	**3.94**	
1.1	Prosedur Pelayanan	3.95	4.24
1.2	Interaksi Petugas BIG	3.96	4.27
1.3	Fasilitas Ruang Layanan	3.91	4.19
2	**Layanan Diklat**	**3.94**	
2.1	Kualitas Widyaswara	3.97	4.25
2.2	Akomodasi dan Konsumsi	3.89	4.28
2.3	Materi Pelatihan	3.97	4.32
	Cara mendapatkan layanan/produk IG		
3	**Datang Langsung ke BIG**	**3.89**	
3.1	Prosedur Pelayanan	3.78	4.11

3.2	Interaksi Petugas BIG	3.98	4.22
3.3	Fasilitas Ruang Layanan	3.92	4.14
4	**Email**	**3.84**	
4.1	Kemudahan prosedur pemesanan	3.83	4.25
4.2	Kecepatan Respon petugas BIG	3.83	4.24
4.3	Kejelasan prosedur pemesanan	3.82	4.24
4.4	Kemudahan prosedur pembayaran	3.92	4.20
4.5	Ketepatan waktu penerimaan barang	3.82	4.25
5	**Web**	**3.71**	
5.1	Kemudahan pengoperasian website	3.79	4.26
5.2	Kecepatan mengakses website	3.62	4.26
5.3	Kemudahan mengunduh data	3.61	4.31
5.4	Kecepatan mengunduh data	3.62	4.28
5.5	Tampilan website (menarik dan lengkap)	3.80	4.17
5.6	Informatif	3.83	4.30

Nilai kepuasan dan kepentingan yang diperoleh dari masing-masing atribut sudah cukup tinggi, akan tetapi penting untuk diketahui mana saja aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan maupun dipertahankan. Informasi tersebut dapat diketahui dari diagram IPA.

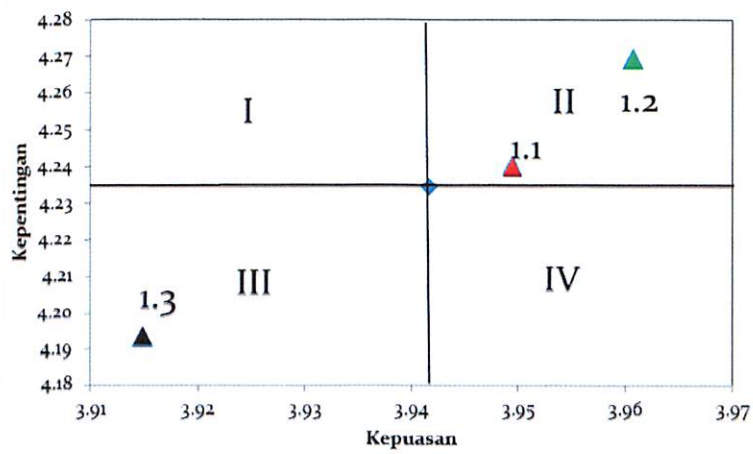

Diagram IPA memperlihatkan bahwa atribut prosedur pelayanan dan interaksi petugas BIG dengan pengguna berada pada kuadran II. Hal ini berarti prosedur pelayanan dan interaksi petugas BIG memiliki pelayanan yang sudah bagus karena atribut tersebut penting dan tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi. Namun demikian atribut fasilitas ruang layanan berada di kuadran III yang berarti bahwa atribut ini dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil. Oleh karena itu diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut fasilitas ruang dan layanan.

BAB IV. TINDAKLANJUT NILAI INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT

1. TINDAKLANJUT UNTUK PROSEDUR DAN WAKTU LAYANAN

Prosedur pelayanan dirasakan kurang penting oleh pengguna dan tingkat kepuasan juga relatif kecil sehingga diperlukan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada atribut ini. Tindaklajut dari ketidakpuasan pelanggan terhadap waktu pelayanan adalah dengan melakukan de-birokrasi yang dapat memangkas waktu pelayanan dan juga penyediaan Standar Operasional dan Prosedur (SOP) untuk setiap permintaan data yang ada di Balai Layanan Jasa dan Produk. De-birokrasi dilaksanakan melalui efektifitas disposisi dari Kepala BIG dan Sekretaris Utama melalui surat pendelegasian wewenang yang diatur dalam Keputusan Kepala Badan Informasi Geospasial Nomor 24 Tahun 2017. Kepastian waktu penerimaan produk dari pelanggan diatur dalam SOP Layanan yang dilaksanakan oleh Balai Layanan Jasa dan Produk. Selain itu untuk percepatan penyediaan produk layanan yang diminta dengan penyiapan komputer yang dapat mengakses data dari server PPIG sebanyak 7 unit, 5 unit di Gedung S dan 2 unit di Gedung I.

2. TINDAKLANJUT UNTUK RUANG LAYANAN DAN PETUGAS LAYANAN

Selain itu dapat diketahui pula bahwa atribut interaksi petugas BIG memiliki pelayanan yang sudah bagus karena atribut tersebut penting dan tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi, sedangkan fasilitas ruang layanan merupakan atribut yang pelayanannya dinilai berlebih oleh pengguna karena pelayanan dan kinerjanya sudah cukup bagus namun tingkat kepentingannya masih dirasa kurang oleh pengguna. Perbaikan terhadap fasilitas ruang layanan dilaksanakan secara terus menerus dengan penyediaan fasilitas pada pelanggan dengan penyediaan nomor antrian, ruang tunggu yang memadai, wifi, TV dan lainnya. Untuk interaksi petugas sudah dilakukan beberapa pelatihan terhadap petugas layanan antara lain workshop communication skill.

3. TINDAKLANJUT UNTUK PENANGANAN PENGADUAN MASYARAKAT

Pengaduan, saran dan masukan bagi pelanggan produk dan jasa di BIG disalurkan melalui media offline dan online. Media offline disediakan kotak pengaduan di Pusat Pelayanan Terpadu Informasi Geospasial (PTIG) Gedung I Lantai 1. Media online pengaduan, saran dan masukan secara integrasi dapat disalurkan melalui sidumas.big.go.id. Penanganan terhadap aduan dilaksanakan langsung melalui email, surat menyurat, dan telepon. Keluhan paling banyak disampaikan oleh pelanggan adalah melalui email info@big.go.id. Tercatat dari sejumlah 59 keluhan pada periode Januari - Agustus tersebut semua berasal dari email, sedangkan keluhan melalui kotak pengaduan tidak ada. Keluhan melalui email akan ditanggapi sesaat email masuk, akan ada jeda tanggapan saat istirahat jam kerja dan hari libur. Adapun ketentuan tanggapan melalui email adalah apabila tidak terdapat feedback dari pembuat keluhan lebih dari seminggu dari email tanggapan sebelumnya, maka keluhan dianggap selesai ditangani. Dari semua keluhan menurut catatan petugas layanan, semua sudah selesai ditangani/ditanggapi.