

ANALISIS SURVEI KEPUASAN KONSUMEN 2012



BADAN PUSAT STATISTIK

A magnifying glass is positioned over a survey form. The form has a logo at the top and the text 'SURVEI KEPUASAN KONSUMEN TAHUN 2012'. A large checkmark is drawn on the form. The background is a dark, textured surface.

ANALISIS
SURVEI
KEPUASAN
KONSUMEN
2012

Analisis Survei Kepuasan Konsumen 2012

ISBN:

No. Publikasi:

Katalog BPS:

Ukuran Buku: 17,6 x 25 cm

Jumlah Halaman: vi + 58 Halaman

Naskah:

Direktorat Diseminasi Statistik

Gambar Kulit:

Subdirektorat Publikasi dan Kompilasi Statistik

Diterbitkan oleh:

Badan Pusat Statistik, Jakarta-Indonesia

Dicetak oleh:

Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya

Kata Pengantar

Sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik, Badan Pusat Statistik (BPS) memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai koordinator seluruh kegiatan statistik yang ada di Indonesia. Dengan demikian BPS menjadi pusat rujukan bagi masyarakat dalam mencari data. Untuk mewujudkan tugas BPS tersebut, Direktorat Diseminasi Statistik berfungsi sebagai pintu gerbang pelayanan data dan informasi statistik kepada masyarakat.

Tingkat kepuasan masyarakat dalam memperoleh data yang diinginkan dan layanan yang diberikan oleh petugas merupakan hal pokok yang harus dipantau dan dievaluasi BPS. Survei Kepuasan Konsumen (SKK) 2012 merupakan salah satu instrumen untuk meneliti dan menjawab opini serta penilaian konsumen dalam mencari data yang dibutuhkan. Pendataan SKK 2012 dilakukan untuk menjaring responden baik dari kalangan pemerintah maupun swasta, terutama yang berdomisili di Jakarta. Sedangkan untuk responden individu sudah didata melalui Survei Kebutuhan Data (SKD) 2012.

Laporan hasil Analisis Survei Kepuasan Konsumen 2012 ini dibuat dalam bentuk analisis deskriptif dan memanfaatkan diagram kartesius untuk mengetahui sebaran variabel pelayanan secara komprehensif. Diharapkan dengan adanya laporan ini dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki kinerja layanan data dan informasi statistik terutama di Direktorat Diseminasi Statistik.

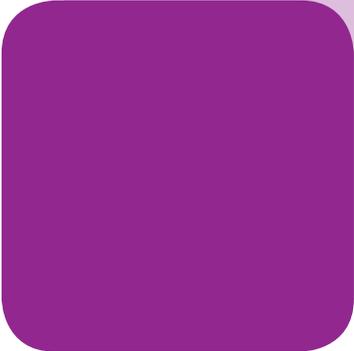
Laporan ini terwujud berkat kerja sama yang baik antara Tim Reformasi Birokrasi (RB) BPS dan Direktorat Diseminasi Statistik. Untuk itu diucapkan terima kasih atas kerja sama yang baik selama penelitian dilakukan. Namun demikian, kami mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya laporan ini.

Jakarta, November 2012
Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik
Reformasi Birokrasi - BPS

Ketua,

Drs. Abdul Rachman, SE

<http://www.bps.go.id>



Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Survei	2
Bab 2 Aspek Pelayanan	3
2.1 Media Promosi Data	4
2.2 Sifat Pelayanan Data	4
2.3 Kualitas Pelayanan	5
2.4 Pelayanan BPS	7
Bab 3 Metodologi Penelitian	9
3.1 Ruang Lingkup	9
3.2 Variabel Penelitian	12
3.3 Metode Analisis	15
Bab 4 Segmentasi Konsumen dan Penilaian Kinerja Pelayanan	19
4.1 Identifikasi dan Analisis Segmentasi Konsumen	19
4.1.1 Jenis Data yang Dibutuhkan Berdasarkan Segmentasi Konsumen	22
4.1.2 Level dan Periode Data yang Dibutuhkan Konsumen	23
4.2 Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Data BPS	24
4.3 Perbandingan Kinerja BPS terhadap Harapan Konsumen	26
4.3.1 Produk Data Statistik	28
4.3.2 Informasi Statistik	29
4.3.3 Publikasi Statistik	30
4.3.4 Pelayanan Statistik	33
Bab 5 Penutup	35
Lampiran	37

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik (BPS) merupakan Lembaga Pemerintah Non-Kementerian yang mempunyai tugas sebagai koordinator kegiatan statistik di Indonesia, sebagaimana tertuang pada Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik dan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik. Koordinasi dan kerja sama penyelenggaraan statistik dilakukan oleh BPS dengan instansi pemerintah, lembaga penelitian atau masyarakat baik di tingkat pusat maupun di daerah. Data dan informasi statistik yang dihasilkan BPS digunakan sebagai bahan rujukan untuk menyusun perencanaan, melakukan evaluasi, membuat keputusan, dan memformulasikan kebijakan.

Keinginan pemerintah dan masyarakat terhadap data yang berkualitas, mengisyaratkan bahwa BPS harus mampu menyajikan data dan informasi statistik yang dapat dipercaya, relevan, dan tepat waktu melalui proses kerja yang sistematis tanpa ada distorsi. Untuk memenuhi tuntutan masyarakat, diperlukan perubahan budaya kerja dan pola berpikir dari seluruh jajaran BPS baik para pimpinan sampai staf yang paling bawah.

Oleh sebab itu, BPS mempunyai tekad yang kuat untuk melakukan pembaharuan dan perubahan yang mendasar terhadap sistem penyelenggaraan kegiatan statistik dengan melakukan reformasi birokrasi. Dengan reformasi ini, BPS dapat membangun profil dan perilaku aparatur BPS yang profesional, berintegritas, dan amanah sehingga mampu memberikan pelayanan yang prima kepada para pengguna data.

Hakekat dari pelayanan adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat (Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003). Menurut Undang-undang Kepegawaian Nomor 43 Tahun 1999, Pegawai Negeri Sipil (PNS) selaku aparatur pemerintah memiliki kewajiban untuk bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat secara profesional. Selaku pelayan masyarakat, PNS harus memberikan pelayanan yang terbaik atau prima kepada penerima pelayanan tanpa pandang bulu.

Upaya penerapan pelayanan berkualitas dilakukan melalui konsep pelayanan prima. Konsep ini dijabarkan dalam berbagai sistem seperti pelayanan satu atap dan pelayanan satu pintu. **Hal ini sesuai dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004** tentang upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat

sebagai kegiatan yang dilaksanakan secara terus-menerus dan berkelanjutan oleh semua jajaran aparaturnegara pada semua tingkatan.

Pelayanan satu pintu yang diterapkan BPS disebut dengan Pelayanan Statistik Terpadu (PST), mencakup layanan perpustakaan tercetak, layanan perpustakaan digital, konsultasi statistik, penjualan publikasi *hardcopy/softcopy*, penjualan data mikro, dan pemberian rekomendasi kegiatan statistik yang dilakukan oleh instansi/institusi/lembaga pemerintah dan swasta. Konsumen data memperoleh jenis layanan tersebut dengan cara datang langsung ke PST dan melalui akses *website, email, faximile*, dan telepon. Untuk itu, dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, BPS memandang perlu melaksanakan Survei Kepuasan Konsumen (SKK).

1.2 Tujuan dan Manfaat Survei

Tujuan umum pelaksanaan survei adalah menyediakan bahan evaluasi guna mengetahui kebutuhan data statistik, baik yang tersedia maupun belum tersedia serta kualitas pelayanan data.

Adapun tujuan khusus dari survei adalah:

1. Menganalisis segmentasi konsumen data.
2. Mengidentifikasi jenis data dan informasi statistik yang diperlukan konsumen data.
3. Mendapatkan informasi tentang kepuasan konsumen data.
4. Mengetahui variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan.

Survei ini bermanfaat dalam meningkatkan pelayanan yang dilakukan BPS, baik dari segi penyediaan jenis data, ragam pelayanan, tata cara pelayanan, maupun sarana dan prasarana yang diperlukan.

BAB 2

Aspek Pelayanan

Pelayanan prima atau sering disebut *service excellent* terus digalakkan pada lingkungan BPS terutama Direktorat Diseminasi Statistik. Dengan membuat *lay out* kantor modern, seperti *front office*, *middle office (duty manager, operator digital library)*, *back office (admin data source)* dan menciptakan berbagai terobosan-terobosan pelayanan yang tentunya sejalan dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang intinya bagaimana konsumen data dapat dilayani, dihormati, diapresiasi, dimengerti dan dibuat nyaman.

Terdapat dua aspek yang perlu diperhatikan dalam mendefinisikan suatu bentuk pelayanan, yaitu aspek prosedural dimana layanan yang diberikan sesuai dengan SOP yang sudah ditentukan, dan aspek personal dimana dalam melayani, konsumen data tidak dianggap sebagai robot yang tidak memiliki perasaan. Berdasarkan kedua aspek tersebut membentuk empat macam tipe pelayanan, yaitu:

a. **Tipe Pelayanan *Freezer* (Lemari Es)**

Mengabaikan aspek prosedur maupun aspek personal, pemberi layanan diam seperti lemari es, dingin, layanan yang diberikan tanpa prosedur dan tidak memperlakukan konsumen data sebagai manusia membuat kesan “tidak peduli”.

b. **Tipe Pelayanan *Factory* (Pabrik)**

Menggunakan SOP namun aspek personalnya kurang. Konsumen data dianggap sebagai angka-angka saja dan kurang dianggap sebagai manusia, sasaran pelayanan tercapai namun terkesan kurang puas dibenak konsumen.

c. **Tipe Pelayanan *Friendly Zoo* (Kebun binatang yang bersahabat)**

Mengedepankan aspek personal, dilain sisi aspek prosedural kurang diperhatikan. Pemberi pelayanan berusaha keras melayani konsumen data dengan baik, namun mereka tidak memahami apa yang dilakukan, akibatnya sasaran pelayanan tidak tercapai.

d. **Tipe Pelayanan Prima**

Tipe pelayanan ini sangat memperhatikan aspek prosedural maupun aspek personal, pemberi layanan memiliki kesan “peduli dan melayani”. Tidak hanya pelayanan biasa yang diberikan kepada konsumen data, namun juga menyediakan pelayanan yang lebih dari permintaan konsumen data.

Dengan motto “Melayani Dengan Hati” BPS terus berbenah dalam hal pelayanan kepada seluruh konsumen data untuk memberikan pelayanan prima, dengan penuh wibawa dan pelayanan yang mendidik, untuk menuju pelayanan prima yang ideal.

Wujud pelayanan prima yang sudah dilakukan dan terus dikembangkan BPS dalam memberikan pelayanan kepada konsumen data adalah dengan melihat 3 (tiga) *Quickwins* Pelayanan BPS, yaitu Pelayanan Statistik Terpadu (PST), *Advance Release Calendar* (ARC), dan *Website*. Untuk melakukan pengembangan ketiga *Quickwins* tersebut, Direktorat Diseminasi Statistik berusaha untuk melakukan pengembangan dari sisi pemasaran dan pelayanan data.

2.1 Media Promosi Data

BPS sebagai instansi yang melaksanakan kegiatan statistik secara nasional selalu dituntut untuk tetap menghasilkan data berkualitas dan *up to date*. Saat ini seluruh kebijakan dan rencana pembangunan di segala bidang yang dilakukan oleh swasta, konsultan, peneliti serta mahasiswa selalu menggunakan data BPS sebagai bahan pendukung penelitian dan pengembangan serta untuk pengambilan keputusan.

Data BPS wajib disosialisasikan kepada masyarakat. BPS dinilai baik kinerjanya tidak hanya dilihat dari suksesnya pelaksanaan kegiatan statistik, tetapi juga dilihat bagaimana data BPS dapat diakses oleh seluruh masyarakat dimanapun lokasi mereka. Pemanfaatan (penyebarluasan) data BPS kepada masyarakat menjadi sorotan utama pihak luar, baik oleh sesama instansi pemerintah, swasta, maupun masyarakat umum. Penyebarluasan dan penyajian data harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini.

Diseminasi data yang dilakukan oleh BPS selain di PST juga dilakukan dengan cara dan pengemasan produk. Diseminasi melalui *website*, *booklet*, dan *leaflet* merupakan cara promosi melalui pengemasan produk yang dihasilkan, misalnya *website* www.bps.go.id, www.sp2010.bps.go.id, *booklet* Indikator Sosial Ekonomi, *leaflet* Hasil SP2010, dan *leaflet* Sistem Informasi Rujukan Statistik (SIRuSa). Sedangkan bentuk promosi lain adalah cara promosi yang dilaksanakan atau diikuti melalui seminar, *workshop*, dan pameran. Promosi data melalui seminar yang pernah diikuti BPS adalah seminar Teknologi dan Informasi (ICT); *workshop* yang pernah dilaksanakan BPS adalah *workshop* Sensus Pertanian 2013; dan pameran yang pernah diikuti BPS adalah pameran Indeks Demokrasi Indonesia (IDI).

Bentuk pelayanan data selain di PST dan *website* yang juga sangat penting adalah ARC, yang merupakan **janji kepada konsumen** tentang kapan data yang dihasilkan BPS dapat dipublikasikan. Semakin janji penerbitan data tidak ditepati, maka semakin hilang kepercayaan konsumen terhadap BPS.

2.2 Sifat Pelayanan Data

Tuntutan masyarakat terhadap lembaga pemerintahan baik kementerian maupun non kementerian adalah selalu mengutamakan pelayanan publik. Oleh karena itu, produk BPS yang merupakan data hasil sensus maupun survei harus disampaikan kepada masyarakat sebagai konsumen data, baik instansi/institusi maupun perorangan.

Direktorat Diseminasi Statistik BPS sebagai Pintu Gerbang pemasaran dan pelayanan data harus dapat menjawab segala kebutuhan konsumen data. Konsumen akan merasa puas apabila kebutuhan terhadap segala jenis data dapat terpenuhi dengan mudah, murah, cepat, dan sesuai dengan harapan. Kewajiban Direktorat Diseminasi Statistik sebagai insan statistik

adalah mempermudah penyampaian informasi segala bentuk data ke seluruh konsumen baik yang datang langsung ataupun melalui *website*, email dan bentuk teknologi informasi lainnya.

Secara umum jasa pelayanan data memiliki sifat-sifat antara lain:

- *Intangible* (tidak berwujud), jasa pelayanan data tidak dapat dilihat secara fisik, tapi kualitasnya dapat dirasakan. Misalnya pada saat konsumen mencari data, perlu mendapat panduan navigasi yang tepat, sehingga cepat dalam proses mendapatkan data sesuai keinginan konsumen.
- *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), interaksi penyedia jasa dengan konsumen tidak dapat dipisahkan, keterkaitan serta hubungan yang harmonis antara BPS dengan konsumen data harus diupayakan, sehingga akan muncul citra positif yang saling menguntungkan.
- Jasa bersifat variatif, yang berarti tergantung siapa petugas, siapa konsumen, bagaimana kondisi/suasana lingkungan penyedia jasa. Idealnya pelayanan kepada konsumen data harus senantiasa ramah, sopan dan cekatan kepada siapapun, dan dalam kondisi apapun. Namun manusia memiliki sifat yang tidak stabil, ada emosi, ada suka, ada duka, begitu pula sifat konsumen data ada yang sopan, sabar, namun ada pula yang bersifat sombong, maunya dilayani, tidak sabar, dan tidak mau mencoba mandiri. Begitu pula dengan sistem serta lingkungan penyedia jasa, sistem yang mudah, *friendly*, dan cepat akan memudahkan interaksi petugas pelayanan dengan konsumen data.
- Jasa bersifat tidak tahan lama, artinya ketika konsumen memerlukan bantuan pelayanan data, namun petugas sedang sibuk atau kurang menanggapi, lalu konsumen berupaya dengan berbagai cara dan mampu memenuhi kebutuhan data yang diperlukan, dia tidak lagi memerlukan pelayanan petugas.

2.3 Kualitas Pelayanan

Hubungan kualitas jasa pelayanan dan produk yang diberikan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kinerja pelayanan dan produk yang dihasilkan semakin meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen kepada BPS. Kinerja pelayanan dan produk merupakan hal yang mutlak harus diutamakan, untuk nilai BPS yang lebih baik di mata masyarakat.

Pelayanan BPS kepada konsumen data dapat dinilai dari dua sudut yaitu jasa pelayanan yang tidak bisa dilihat namun dapat dirasakan dan jasa layanan dalam bentuk penyajian berupa buku, publikasi atau *rawdata* yang dapat berwujud berupa *photocopy*, *softcopy* maupun buku publikasi. Publikasi atau *rawdata* dapat dinilai dari kualitas data, kesesuaian data yang diperoleh dengan yang diinginkan, serta harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan penilaian jasa pelayanan tergantung pada beberapa faktor yaitu:

- Kebutuhan spesifik tiap konsumen data tergantung pada situasi dan kondisi, jika situasi nyaman, emosi stabil, konsumen mampu menerima arahan petugas yang melayani dengan hati senang, dan merasa puas atas layanan yang diterima, tapi sebaliknya jika situasi dan kondisi tidak mendukung terkadang timbul ketidakpuasan terhadap suatu layanan.
- Pengalaman masa lalu, konsumen terkadang memberikan suatu penilaian jasa berdasar pada pengalaman yang pernah diterima sebelumnya, misal seorang konsumen pernah

mencari data yang membutuhkan waktu lama karena salah satu sebab, kemudian dia datang lagi beberapa waktu kemudian dengan membawa *image* yang sama terhadap layanan yang diperoleh.

- Apa kata orang lain, penilaian terhadap suatu pelayanan juga berdasar citra yang pernah didengar dari orang lain, misal unit pelayanan BPS sudah dikenal masyarakat dari ruangnya yang nyaman, tapi jasa *photocopy*nya lama, maka sumber informasi ini akan mudah melekat pada konsumen baru yang datang ke BPS. Untuk itu perlu *Management Public Relation (MPR)* yang baik untuk selalu menyampaikan kepada masyarakat tentang mudah dan cepatnya berhubungan dengan BPS dalam mencari data.
- Komunikasi langsung antara BPS dengan konsumen. Komunikasi ini bisa melalui berita-berita yang tertulis di berbagai media massa ataupun media elektronik, serta teknologi IT yang berkembang misal melalui internet, SMS, e-mail, *facebook*, *twitter*. Komunikasi yang baik dalam melayani konsumen akan menciptakan suatu nilai yang baik pula bagi jasa serta produk BPS.

Kualitas pelayanan publik dapat dikelompokkan dari beberapa sudut pandang yaitu:

- *Responsiveness* (Kesigapan), yaitu respon atau kesigapan petugas membantu konsumen mencari data. Dalam survei ini kualitas kesigapan petugas dijabarkan/diuraikan beberapa butir yaitu kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan, penguasaan materi, dan kesamaan pelayanan (tidak membedakan konsumen data).
- *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan BPS dalam menyajikan data yang detail dan akurat, dijabarkan dalam 4 (empat) butir yaitu kelengkapan, akurasi, dan ketepatan data, serta kejelasan konsep dan definisi.
- *Tangible* (Ketersediaan Sarana), yaitu kemudahan akses *website* BPS, kelengkapan data pada *website* BPS, kemudahan komunikasi melalui email, telepon, dan *faximile*, kemudahan mendapatkan *softcopy* dan *hardcopy* publikasi.
- *Assurances* (Kepastian), yaitu kejelasan informasi yang disampaikan tentang ketersediaan data, kepercayaan terhadap BPS, ketepatan penerbitan data, keyakinan terhadap kualitas data, kewajaran biaya pembelian *softcopy/hardcopy* publikasi dan *rawdata*, dan kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan yang ditetapkan.
- *Empathy* (Keempatian), yaitu keramahan, kepedulian, dan bagaimana upaya petugas dalam memberikan pelayanan data yang lebih optimal.

Butir-butir yang tertuang pada faktor kualitas pelayanan dapat menggambarkan kepuasan konsumen data, sehingga dapat mewakili perasaan konsumen yang dirasakan pada saat mencari data yang dibutuhkan. Kemampuan BPS untuk mempertahankan citra/layanan data merupakan strategi untuk tetap terdepan sebagai instansi penyedia data yang selalu menjadi rujukan konsumen. Beberapa manfaat kepuasan konsumen antara lain:

- Salah satu upaya mempertahankan konsumen dan kepercayaan masyarakat untuk selalu menggunakan data BPS, mengingat saat ini banyak pihak swasta atau instansi pemerintah yang mengadakan penelitian di lingkungannya masing-masing.
- Sebagai daya persuasif, konsumen yang puas terhadap layanan BPS secara otomatis akan menyampaikan/menyarankan orang lain untuk merujuk data BPS.

- Kepuasan konsumen akan mengurangi *image* negatif terhadap harga suatu jasa pelayanan maupun data yang dihasilkan, konsumen mau membayar berapapun jika seimbang dengan pelayanan yang diterima.
- Kepuasan konsumen juga dapat menggambarkan indikator maju atau berkembangnya BPS sebagai instansi penyedia data.
- Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai alat untuk mempertahankan konsumen data selalu setia merujuk data ke BPS sekaligus sebagai penarik konsumen baru beralih menggunakan data BPS.

2.4 Pelayanan BPS

Penerapan pelayanan data yang telah dilakukan BPS dan akan terus dikembangkan dalam rangka peningkatan kinerja pelayanan meliputi konsultasi statistik, perpustakaan tercetak (*hardcopy*), perpustakaan digital (*softcopy*), pemberian rekomendasi kegiatan statistik yang dilakukan terhadap instansi pemerintah, dan penjualan *softcopy/hardcopy* publikasi dan data mikro (*rawdata*). Pelayanan data tersebut dapat diperoleh secara langsung (konsumen datang langsung ke PST BPS) dan tidak langsung (konsumen tidak datang ke BPS tetapi melalui *website*, email dan bentuk teknologi informasi lainnya). Dari rincian pelayanan dan cara perolehan yang telah dilakukan BPS seperti yang telah dijelaskan diatas dapat dilihat pada tabel berikut:

Rincian Pelayanan	Cara Memperoleh Layanan Data	
	Langsung	Tidak Langsung
1. Konsultasi Statistik	√	√
2. Perpustakaan Tercetak	√	-
3. Perpustakaan Digital	√	-
4. Rekomendasi Statistik	√	√
5. Penjualan <i>Softcopy/Hardcopy</i> Publikasi dan <i>Rawdata</i>	√	√

BAB 3

Metodologi Penelitian

Survei Kepuasan Konsumen (SKK) tahun 2012 yang dilaksanakan di Jakarta, merupakan survei yang pertama kali dilakukan BPS setelah Survei Kepuasan Konsumen (*User Satisfaction Survey*) yang dilakukan oleh Ernst & Young (EY). Survei ini menggunakan satu jenis kuesioner yaitu VKK12.

Responden yang didata dengan VKK12 adalah konsumen data yang pernah menggunakan data BPS dan pernah datang langsung ke BPS atau pernah menghubungi BPS melalui telepon/email/*website* dan lainnya. Konsumen data tersebut adalah mereka yang mempunyai tujuan untuk mencari data, meliputi dinas/instansi/institusi/unit kerja/lembaga baik yang berada di dalam negeri (terutama yang domisili di Jakarta) maupun lembaga asing (termasuk lembaga asing yang berdomisili di Jakarta). Konsumen data tersebut menggunakan data BPS yang digunakan tidak untuk keperluan individu.

Konsumen data yang pernah menggunakan data BPS tersebut menjadi kerangka sampel (*frame*) dasar pemilihan sampel. Berdasarkan *frame* tersebut dipilih secara *purposive* sejumlah sampel untuk menjadi responden dalam pendataan SKK.

3.1 Ruang Lingkup

Jadwal Kegiatan

Seluruh kegiatan SKK dimulai dari pembahasan awal hingga pembahasan analisis/laporan hasil, dapat dilihat sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Pembahasan | : 25 Oktober 2012 |
| 2. Pengumpulan data | : 29 Oktober – 9 November 2012 |
| 3. Pengolahan data | : 12 – 14 November 2012 |
| 4. Penyusunan analisis/laporan hasil | : 19 – 30 November 2012 |

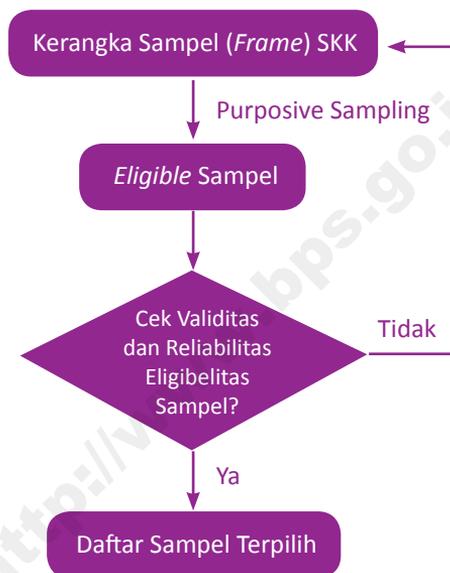
Tata Tertib Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada kegiatan SKK dilakukan oleh petugas yang berasal dari Direktorat Diseminasi Statistik BPS dan telah dilatih atau *dibriefing* sebelumnya. Agar responden mau berpartisipasi dalam menjawab kuesioner perlu disampaikan beberapa hal sebagai berikut:

- Maksud dan tujuan kegiatan SKK, menjelaskan kepada responden tentang maksud dan tujuan pengumpulan data pada kegiatan SKK, apa manfaat bagi instansi BPS, dan apa manfaat bagi responden di masa depan.
- Melakukan wawancara langsung terhadap seluruh pertanyaan Blok I dan Blok II mulai pertanyaan kolom 2 sampai dengan kolom 5, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah responden dalam mengisi kuesioner.
- Melakukan *probing* terhadap data yang bersifat umum, misal data penduduk, dapat ditulis secara rinci "Penduduk usia sekolah di Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2011".

Cakupan Sampel

Bagan Pemilihan Sampel SKK 2012



Penjelasan:

- *Frame* SKK disusun berdasarkan konsumen data yang pernah menggunakan data BPS, baik yang datang langsung ke BPS maupun melalui telepon, email, *website* dan lainnya.
- *Eligible* sampel berasal dari *Frame* SKK yang dipilih secara *purposive*, dengan ketentuan:
 1. Konsumen data, berasal dari dinas/instansi/institusi/unit kerja/lembaga yang berada di dalam negeri (terutama yang domisili di Jakarta)
 2. Konsumen data, berasal dari lembaga asing (termasuk lembaga asing yang berdomisili di Jakarta)
- Pengecekan validitas, reliabilitas, dan eligibilitas sampel dilakukan melalui telepon dan atau email untuk memastikan keberadaan dinas/instansi/institusi/unit kerja/ lembaga dan *Liaison Officer* (orang yang dapat dihubungi).
- Sampel terpilih diperoleh setelah hasil pengecekan validitas, reliabilitas, dan eligibilitas sampel.

Tata Cara Pengumpulan Data

Bagan Pengumpulan Data SKK 2012



Penjelasan:

- Petugas SKK melakukan komunikasi melalui telepon dan atau email kepada sampel (calon responden) untuk memastikan apakah kuesioner akan diisi sendiri (mandiri) atau petugas harus mendatangi dan berwawancara.
- Hasil komunikasi melalui email atau telepon, berpeluang bahwa responden mengisi kuesioner secara mandiri dan mengirimkan melalui email; atau petugas harus mendatangi responden dan melakukan wawancara.

Dari tahapan pemilihan sampel tersebut, maka dapat diperoleh *eligible* sampel yang berhasil didata, yaitu sebanyak 110 responden. Akan tetapi dari jumlah tersebut terdapat 2 (dua) responden yang dinyatakan data tidak valid. Dari 108 responden dengan data yang valid, 30 responden berhasil menjawab kuesioner melalui email, sedangkan sisanya 78 responden berdasarkan kunjungan.

Pendataan Responden	Data Valid	Data Tidak Valid	Total
Melalui Email	30	-	30
Kunjungan	78	2	80
Total	108	2	110

Catatan: SKK 2012 hanya mencakup responden lembaga pemerintah dan swasta, sedangkan responden individu dicakup dalam kegiatan Survei Kebutuhan Data (SKD) 2012.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel pokok yang dikumpulkan pada VKK12 adalah informasi tentang identitas konsumen data; data yang diperlukan konsumen data menurut jenis data, level data, periode data, ketersediaan data, dan kepuasan terhadap data yang diperlukan; dan penilaian konsumen terhadap kinerja pelayanan BPS. Seluruh variabel tersebut dituangkan dalam suatu kuesioner yaitu VKK12.

Variabel yang tertulis dalam kuesioner VKK12 selanjutnya *dicoding*, tujuan pengkodean ini adalah untuk mempermudah pengukuran variabel dan analisis segmentasi konsumen data. Variabel nama dan instansi/institusi dikelompokkan menjadi tujuh kelompok profesi konsumen data yaitu:

- Akademi dan Penelitian
- Lembaga Internasional
- Pemerintah Daerah (Pemda)
- Perbankan
- Swasta
- Kementerian dan Lembaga
- Media Masa

Variabel jenis data dikodekan sesuai kelompok jenis data, kode kelompok jenis data adalah sebagai berikut:

Kode Jenis Data

Kode	Kelompok Jenis Data	Contoh Jenis Data
1	Umum	Multisubjek; Perencanaan, Evaluasi, dan Organisasi BPS; Metodologi dan Aplikasi; Pedoman Teknis; Kuesioner Sensus dan Survei
2	Kependudukan	Multisubjek Kependudukan; Demografi; Ketenagakerjaan
3	Sosial Ekonomi	Multisubjek Sosial Ekonomi; Pengeluaran, Konsumsi, Kemiskinan, dan Pemerataan Pendapatan; Perumahan, Permukiman, dan Lingkungan Hidup
4	Sosial	Multisubjek Sosial; Kesehatan; Pendidikan; Kriminalitas; Sosial Budaya; Politik dan Hankam
5	Pertanian	Multisubjek Pertanian; Tanaman Pangan; Peternakan; Perikanan; Perkebunan; Kehutanan
6	Industri, Pertambangan, Energi, dan Konstruksi	Industri; Energi; Konstruksi

Kode	Kelompok Jenis Data	Contoh Jenis Data
7	Harga dan Keuangan	Harga; Keuangan dan Moneter
8	Perdagangan, Transportasi, Jasa, dan Pariwisata	Perdagangan, Transportasi, Jasa, dan Pariwisata; Perdagangan; Transportasi, Hiburan, dan Jasa Akomodasi; Jasa
9	Agregat Ekonomi dan Isu Ekonomi Lainnya	Multisubjek Ekonomi, Indikator Ekonomi, Pendapatan Nasional dan Regional; Matriks Investasi, Produksi dan Nilai Tambah Makro; Agregat Ekonomi dan Moneter Lain; Pengusaha Kecil dan UMKM Nonsektoral; Isu Ekonomi Lainnya

Variabel level data, dimaksudkan untuk mengetahui kebutuhan konsumen data sampai dengan level penerbitan data. Contoh susenas, level penerbitan data yang disajikan pada survei ini merupakan estimasi sampai dengan level kabupaten/kota, sementara, mungkin banyak konsumen data yang membutuhkan data hasil susenas sampai dengan level kecamatan ataupun desa/kelurahan. Kode level jenis data yang dicakup dalam VKK12 adalah sebagai berikut:

- Nasional kode = 1
- Provinsi kode = 2
- Kabupaten/Kota kode = 3
- Kecamatan kode = 4
- Desa/Kelurahan kode = 5
- Individu/data mikro kode = 6

Variabel periode data adalah untuk melihat keberadaan series data yang disajikan BPS, hal ini terkait dengan kegiatan sensus/survei yang dilakukan BPS. Contoh periode data hasil susenas adalah tahunan karena penyajian data susenas dilakukan setiap tahun; data sensus penduduk disajikan setiap sepuluh tahun sekali maka periode data hasil sensus penduduk adalah sepuluh tahunan, mengingat kegiatan sensus penduduk dilakukan setiap sepuluh tahun sekali. Berikut kode periode data pada VKK12:

- Sepuluh tahunan kode = 1
- Lima tahunan kode = 2
- Tiga tahunan kode = 3
- Tahunan kode = 4
- Semesteran kode = 5
- Triwulanan kode = 6
- Bulanan kode = 7
- Ad Hoc kode = 8
- Lainnya kode = 9

Ukuran tingkat kepuasan konsumen data dihitung berdasarkan nilai kinerja pelayanan data dibandingkan dengan tingkat kepentingan (harapan) konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu perlu disajikan cakupan baik tingkat kepentingan maupun kinerja pelayanan.

Tingkat Kepentingan adalah gambaran yang seharusnya diberikan BPS sesuai dengan keinginan/harapan konsumen data, sedangkan Kinerja adalah kualitas pelayanan yang telah diberikan BPS. Berikut variabel-variabel tingkat kepentingan konsumen data dan kinerja pelayanan yang dikelompokkan dalam lima faktor:

- **Faktor Kesigapan (*Responsiveness*)**
Adalah penilaian terhadap pegawai BPS yang berada di lingkungan PST ketika melayani konsumen data. Cakupan kesigapan meliputi: kecepatan petugas ketika memberikan pelayanan kepada konsumen; penguasaan materi dan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan; dan kesamaan pelayanan terhadap semua konsumen.
- **Faktor Keandalan (*Reliability*)**
Adalah penilaian terhadap data BPS yang disajikan. Cakupan keandalan meliputi: kelengkapan data menurut waktu dan wilayah baik *softcopy* maupun *hardcopy*; Akurasi data (data dapat dipercaya); kemutakhiran data (*up to date*); dan kejelasan konsep dan definisi.
- **Faktor Ketersediaan Sarana (*Tangible*)**
Adalah penilaian terhadap fasilitas yang tersedia di PST BPS, seperti kemudahan akses *website* BPS dimanapun konsumen berada; kelengkapan data pada *website* BPS; kemudahan komunikasi melalui *email* ke unit layanan; kemudahan komunikasi melalui telepon/*faximile* ke unit layanan; kemudahan mendapatkan *softcopy* publikasi; dan kemudahan mendapatkan *hardcopy* publikasi.
- **Faktor Kepastian (*Assurances*)**
Adalah penilaian terhadap BPS terhadap kepastian pelayanan dan data yang dihasilkan oleh BPS, seperti kejelasan informasi tentang tersedianya buku/publikasi/data; kepercayaan terhadap independensi data BPS; ketepatan waktu dalam penerbitan buku/publikasi/data BPS; keyakinan terhadap kualitas data BPS; kewajaran biaya untuk pembelian *softcopy*; kewajaran biaya untuk pembelian *hardcopy*; kewajaran biaya untuk pembelian *rawdata*; kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *softcopy*; kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *hardcopy*; dan kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *rawdata*.
- **Faktor Keempatian (*Empathy*)**
Adalah penilaian terhadap pegawai BPS, yaitu tentang keramahan petugas selama pelayanan; kepedulian terhadap keluhan; dan upaya memberikan pelayanan yang optimal.

Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala likert untuk tingkat kepentingan dan kinerja seperti berikut:

Tingkat kepentingan

- Sangat tidak penting skore = 1
- Tidak penting skore = 2
- Kurang penting skore = 3

- Cukup penting skore = 4
- Penting skore = 5
- Sangat penting skore = 6

Kinerja

- Sangat tidak memuaskan skore = 1
- Tidak memuaskan skore = 2
- Kurang memuaskan skore = 3
- Cukup memuaskan skore = 4
- Memuaskan skore = 5
- Sangat memuaskan skore = 6

3.3 Metode Analisis

Metode analisis yang diterapkan dalam tulisan ini adalah metode analisis deskriptif dan analisis diagram kartesius. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum dan karakteristik data yang telah diperoleh. Analisis ini dilakukan dengan bantuan tabel silang (*cross-tabs*), diagram, dan grafik. Teknik-teknik analisis deskriptif yang digunakan yaitu:

1. Frekuensi dan persentase

Frekuensi dan persentase berguna untuk menggambarkan secara keseluruhan konsumen data yang menjadi responden dalam penelitian ini dan distribusi data yang diperlukan konsumen. Persentase mendukung sajian frekuensi dengan memberikan gambaran yang lebih tepat dibanding angka berupa frekuensi.

2. Rata-rata (*Mean*)

Mean digunakan untuk melihat kecenderungan jawaban dari seluruh responden.

3. Analisis diagram kartesius

Analisis diagram kartesius atau analisis kuadran atau *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan analisis deskriptif kualitatif-kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja instansi atau institusi. Dalam analisis ini digunakan diagram kartesius untuk menunjukkan hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Menurut Supranto (1997), sumbu mendatar (X) dalam analisis ini diisi oleh skor tingkat kinerja/kepuasan dan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skore kepentingan/harapan. Berdasarkan atribut-atribut yang dikumpulkan dan dipisahkan masing-masing menurut tingkat kepentingan konsumen data dan kinerja BPS, nilai masing-masing atribut dicari rata-ratanya dengan rumus:

$$\bar{k}_i = \frac{\sum f_j k_j}{\sum f_j}$$

$$\bar{h}_i = \frac{\sum f_j h_j}{\sum f_j}$$

dengan:

\bar{h}_i = rata-rata tingkat kepentingan/ harapan pada variabel ke-i

\bar{k}_i = rata-rata kinerja variabel ke-i

h_{ij} = nilai tingkat kepentingan/ harapan faktor pada variabel ke-i sampel ke-j

k_{ij} = nilai kinerja faktor pada variabel ke-i sampel ke-j

f_{ij} = frekuensi variabel ke-i sampel ke-j

sedangkan:

$$n = \frac{\sum \bar{h}_i}{h}$$

$$= \frac{\sum \bar{k}_i}{k}$$

dengan:

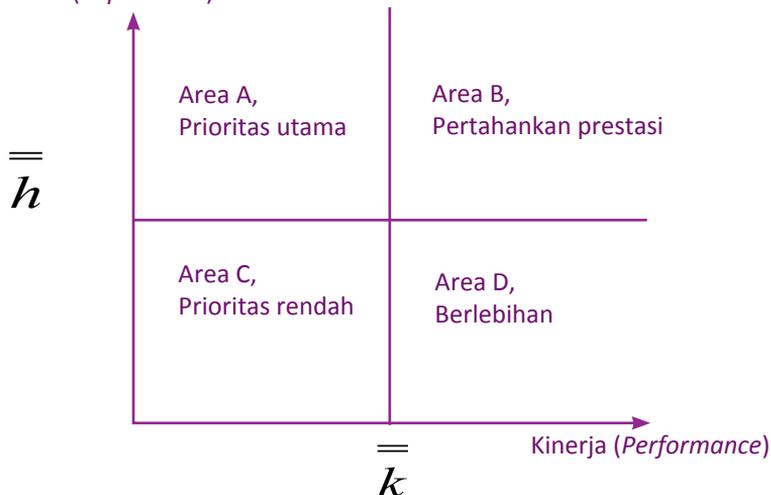
k = Rata-rata nilai kinerja

h = Rata-rata nilai tingkat kepentingan/harapan

= Jumlah responden

Rata-rata nilai tingkat kepentingan/ harapan sejajar sumbu Y, sedangkan rata-rata kinerja sejajar sumbu X, sehingga dapat dibedakan ada 4 (empat) area yaitu:

Tingkat Kepentingan/ harapan
(Importance)



- Area A, Prioritas utama

Adalah wilayah dimana variabel-variabel dari faktor yang dianggap memengaruhi kepuasan konsumen, tetapi manajemen BPS belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen.

- Area B, Pertahankan prestasi

Adalah wilayah dimana variabel-variabel dari faktor yang telah berhasil dilaksanakan BPS dalam rangka memuaskan konsumen dan perlu dipertahankan.

- Area C, Prioritas rendah

Adalah area dimana variabel-variabel faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen, sedangkan pelaksanaan oleh BPS biasa-biasa saja.

- Area D, Berlebihan

Adalah area yang menunjukkan variabel-variabel dari faktor yang menurut konsumen kurang penting, tetapi telah dilaksanakan oleh BPS.

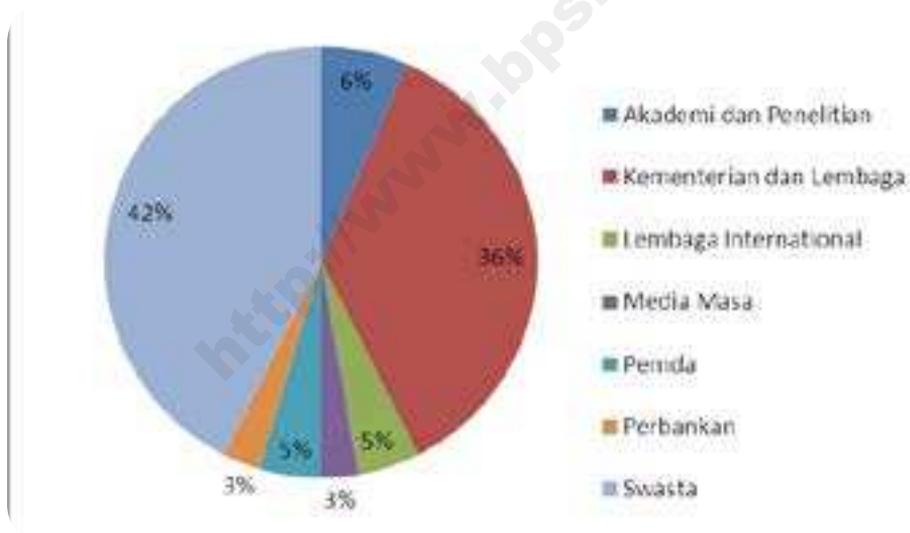
Aspek yang diperoleh:

- Area A, variabel faktor bagi konsumen sangat penting tetapi kinerjanya masih tidak memuaskan.
- Area B, variabel faktor bagi konsumen sangat penting dan kinerja pelayanan sudah memuaskan konsumen.
- Area C, variabel faktor bagi konsumen kurang penting dan kinerjanya juga kurang memuaskan.
- Area D, variabel faktor bagi konsumen kurang penting dan kinerja pelayanan yang dilakukan sangat baik sehingga memuaskan.

BAB 4

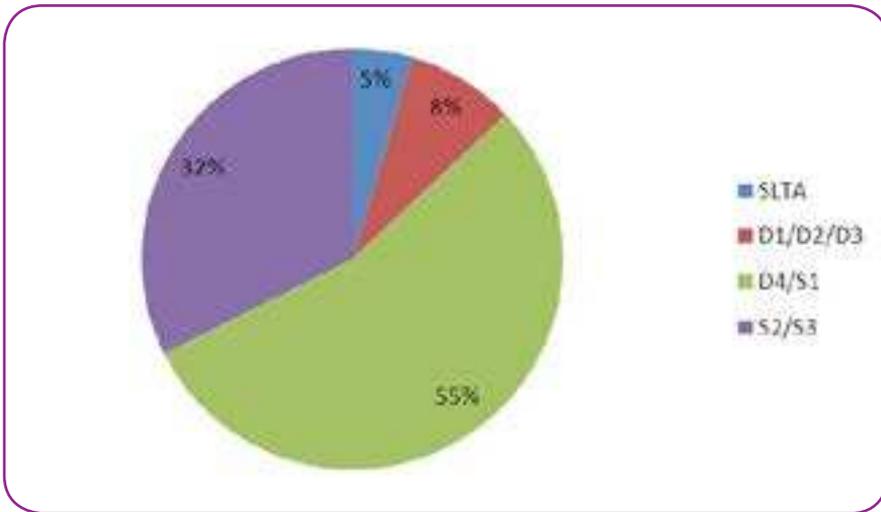
Segmentasi Konsumen dan Penilaian Kinerja Pelayanan

4.1. Identifikasi dan Analisis Segmentasi Konsumen



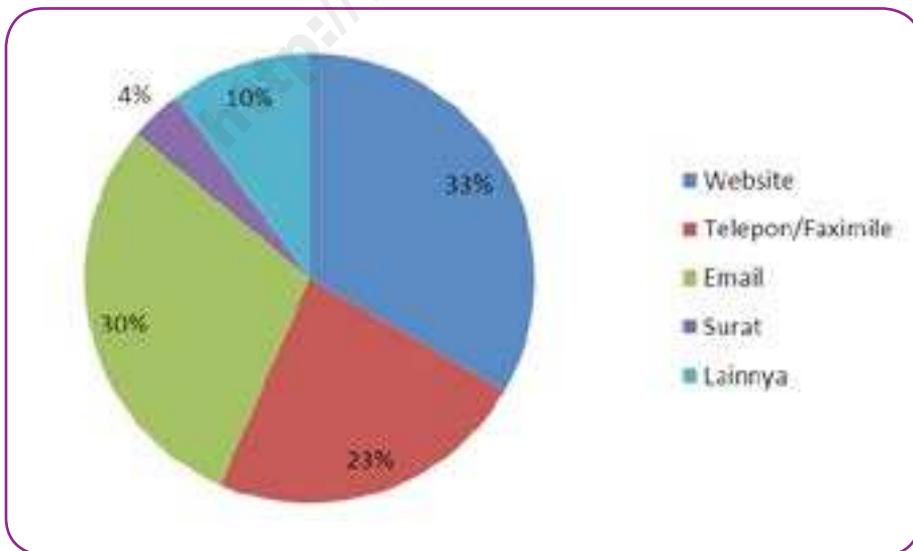
Grafik 1. Konsumen Data BPS Menurut Profesi

Grafik 1 di atas memperlihatkan persentase konsumen dilihat dari kategori profesi. Hasil survei kepuasan konsumen menunjukkan bahwa instansi swasta merupakan konsumen terbanyak dengan persentase sebesar 42%, selanjutnya diikuti oleh kementerian dan lembaga dengan persentase sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa data BPS memiliki peran yang sangat penting bagi pihak swasta dan kementerian/lembaga sebagai pendukung dalam pelaksanaan kegiatan kedua pihak tersebut. Sedangkan 22% lainnya merupakan konsumen yang berasal dari pihak akademi dan penelitian sebesar 6%, lembaga internasional sebesar 5%, pemda sebesar 5%, yang terendah adalah media masa dan perbankan, yaitu masing-masing hanya sebesar 3%.



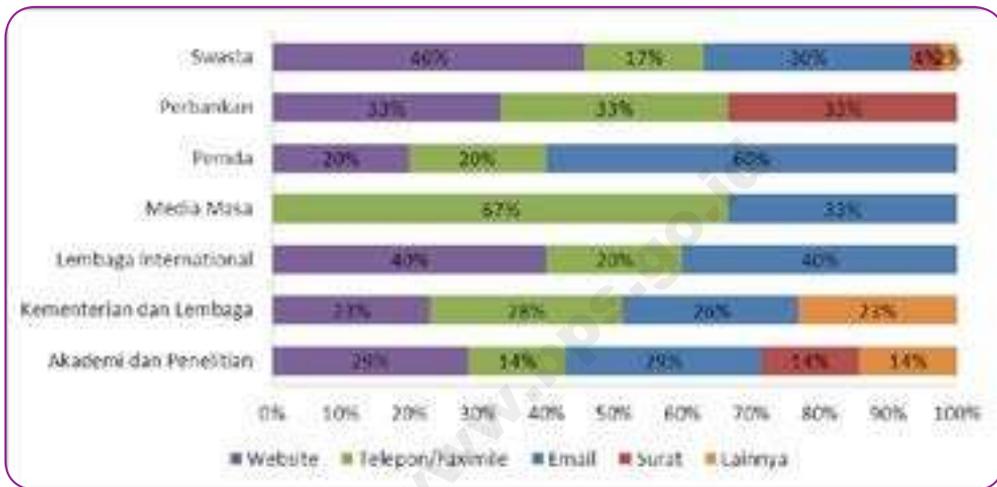
Grafik 2. Konsumen menurut Tingkat Pendidikan

Konsumen berdasarkan tingkat pendidikan, seperti pada Grafik 2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merupakan mereka yang berpendidikan terakhir ditamatkan D4/S1 dengan persentase sebesar 55% dan mereka yang berpendidikan terakhir ditamatkan S2/S3 dengan persentase sebesar 32%. Hal ini kemungkinan besar dikarenakan oleh kebutuhan konsumen data dalam penyelesaian skripsi/tesis/disertasi dan penelitian lainnya. Konsumen terendah merupakan mereka yang berpendidikan terakhir ditamatkan D1/D2/D3 dengan persentase sebesar 8% dan SLTA dengan persentase sebesar 5%.



Grafik 3. Konsumen Menurut Fasilitas Komunikasi Utama yang digunakan

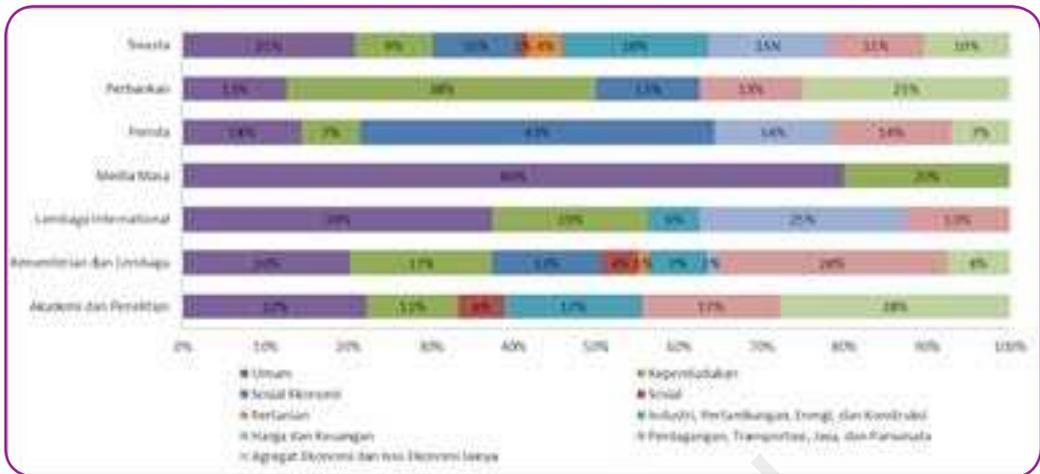
Konsumen atau konsumen, dalam berhubungan dengan pihak BPS untuk memenuhi kebutuhannya dalam perolehan data, dapat menggunakan beberapa fasilitas seperti *website*, telepon/faximile, e-mail, surat, dan lainnya. Grafik 3 di atas memperlihatkan bahwa penggunaan fasilitas komunikasi utama melalui *website*, yaitu sebesar 33% merupakan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen dalam berhubungan dengan pihak BPS. Fasilitas komunikasi berikutnya yang sering digunakan oleh konsumen adalah email, yaitu sebesar 30% konsumen menggunakan email sebagai fasilitas komunikasi utama dalam pemenuhan kebutuhan data yang mereka perlukan. Selanjutnya, sebesar 23% konsumen menggunakan fasilitas komunikasi utama melalui telepon/faximile dan 10% konsumen menggunakan fasilitas komunikasi utama lainnya. Fasilitas komunikasi utama melalui surat merupakan fasilitas yang paling jarang digunakan oleh konsumen, yaitu hanya sebesar 4%.



Grafik 4. Konsumen Menurut Profesi dan Fasilitas Komunikasi Utama yang Digunakan

Grafik di atas menunjukkan fasilitas komunikasi utama yang paling sering yang digunakan berdasarkan profesi konsumen. Pada grafik tersebut terlihat bahwa fasilitas komunikasi utama melalui telepon adalah fasilitas yang paling sering digunakan oleh media masa dengan presentasi sebesar 67% dan kementerian dan lembaga sebesar 28%. Penggunaan fasilitas komunikasi utama terbesar dengan besaran persentase yang sama untuk lebih dari satu fasilitas terdapat pada beberapa kategori profesi. Lembaga internasional menggunakan email dan *website* sebagai fasilitas komunikasi utama dengan presentasi masing-masing sebesar 40%, perbankan menggunakan surat, telepon/faximile, dan *website* sebagai fasilitas komunikasi utama dengan presentasi masing-masing sebesar 33%, dan pada akademi dan peneliti menggunakan email dan *website* sebagai fasilitas komunikasi utama dengan presentasi masing-masing sebesar 29%. Di samping itu, pihak pemda terlihat paling sering menggunakan fasilitas komunikasi utama melalui email dengan persentase sebesar 60%, sedangkan instansi swasta menggunakan fasilitas komunikasi utama melalui *website* dengan persentase sebesar 46%.

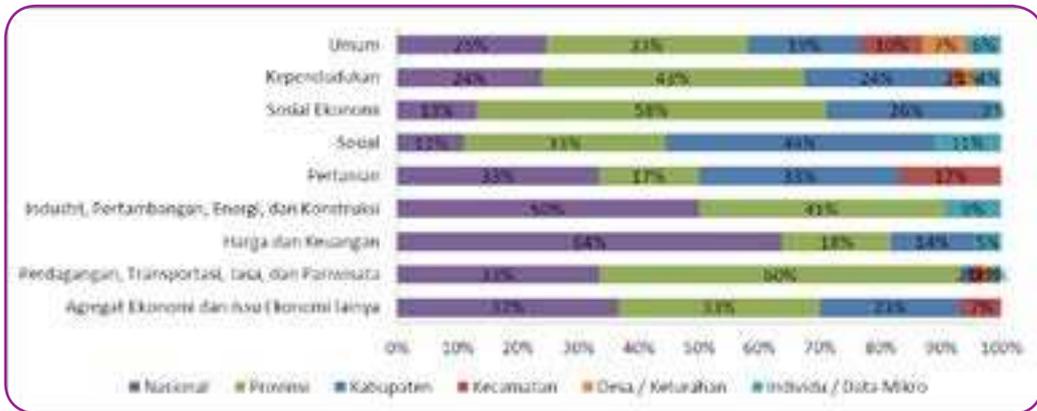
4.1.1. Jenis Data yang Dibutuhkan Berdasarkan Segmentasi Konsumen



Grafik 5. Konsumen Menurut Profesi dan Jenis Data yang Dibutuhkan

Dilihat dari jenis data yang dibutuhkan oleh konsumen, grafik 5 di atas menunjukkan bahwa beberapa konsumen lebih membutuhkan data yang bersifat umum (multisubyek). Hal ini ditunjukkan oleh media masa sebagai pihak konsumen yang bersifat umum (multisubyek) terbesar dibandingkan pihak lainnya, yaitu sebesar 80%. Data yang bersifat umum (multisubyek) juga merupakan persentase terbesar dari jenis data yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti pada instansi swasta sebesar 21% dan lembaga internasional sebesar 38%. Namun keadaan tersebut berbeda pada konsumen yang lain. Jenis data terbesar yang dibutuhkan oleh perbankan adalah data kependudukan dengan persentase sebesar 38%, akademi dan peneliti adalah data agregat ekonomi dan isu ekonomi lainnya dengan persentase sebesar 28%, sedangkan pemda cenderung membutuhkan data sosial ekonomi dengan persentase sebesar 43%. Hal ini mencerminkan keragaman kebutuhan jenis data yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak konsumen terkait dengan kepentingan mereka. Namun, ditunjukkan pula bahwa data yang bersifat umum (multisubyek) sangat dicari dan dibutuhkan oleh beberapa konsumen. Hal ini dapat dipengaruhi dari isian dan kelengkapan jenis data itu sendiri.

4.1.2. Level dan Periode Data yang Dibutuhkan Konsumen



Grafik 6. Konsumen Menurut Jenis Data dan Level Data yang Dibutuhkan

Berdasarkan grafik 6 di atas, kita dapat melihat level data data yang banyak dibutuhkan oleh para konsumen untuk berbagai jenis data berbeda. Grafik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memerlukan beberapa jenis data pada level nasional, yaitu data mengenai harga dan keuangan sebesar 64%, industri, pertambangan, energi, dan konstruksi sebesar 50%, dan agregat ekonomi dan isu ekonomi lainnya sebesar 37%. Namun, pada persentase yang sama sebesar masing-masing 33%, data pertanian diperlukan oleh konsumen untuk level nasional dan kabupaten/kota. Di samping itu, beberapa jenis data lainnya, sebagian besar konsumen memerlukan data tersebut hingga level provinsi, yaitu data perdagangan, transportasi, jasa, dan pariwisata sebesar 60%, sosial ekonomi sebesar 58%, kependudukan sebesar 43%, dan data yang bersifat umum (multisubyek) sebesar 33%. Sedangkan data sosial paling banyak dibutuhkan oleh konsumen sampai pada level kabupaten/kota dengan persentase sebesar 44%. Hal ini mencerminkan kebutuhan level data bagi konsumen disesuaikan dengan kepentingan penggunaan data tersebut. BPS sebagai sumber pencarian data harus mampu mengoptimalkan diri dalam menyediakan data baik pada level nasional maupun hingga level kabupaten/kota.



Grafik 7. Konsumen Menurut Jenis Data dan Periode Data yang Dibutuhkan

Kebutuhan periode data yang diperlukan oleh konsumen tercermin pada grafik 7 di atas, yang menunjukkan keadaan yang sangat mencolok. Secara mayoritas, hampir seluruh konsumen mencari data untuk periode tahunan. Hal itu ditunjukkan untuk data sosial, dimana sebesar 100% atau seluruh konsumennya membutuhkan data hingga periode tahunan. Secara berurutan, keadaan tersebut ditunjukkan pada data sosial ekonomi sebesar 84%, industri, pertambangan, energi, dan konstruksi sebesar 75%, perdagangan, transportasi, jasa, dan pariwisata sebesar 70%, pertanian dan agregat ekonomi dan isu ekonomi lainnya masing-masing sebesar 67%, kependudukan sebesar 59%, data yang bersifat umum (multisubyek) sebesar 55%, dan data harga dan keuangan sebesar 50%. Keadaan ini mencerminkan bahwa pada umumnya konsumen mencari data untuk periode tahunan.

4.2. Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Data BPS



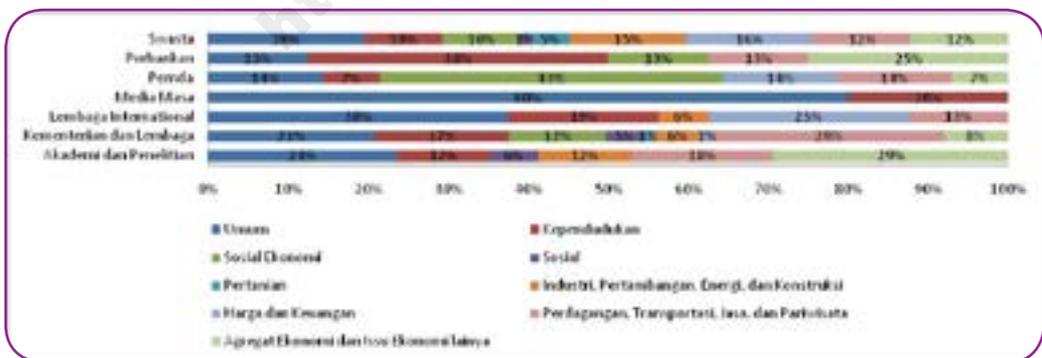
Grafik 8. Konsumen Data BPS Berdasarkan Profesi dan Tingkat Kepuasan

Grafik di atas menunjukkan tingkat kepuasan konsumen dalam keadaan dimana konsumen sudah memperoleh data yang diperlukan dari BPS. Hasil survei kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen dari berbagai kategori profesi sudah merasa puas akan pelayanan data BPS. Persentase sebesar 100% atau seluruh konsumen dari pihak pemda dan media masa menyatakan sudah puas akan pelayanan data BPS. Persentase terbesar pada keadaan puas (sangat memuaskan dan memuaskan) tersebut ditunjukkan pula dari pihak akademi dan peneliti persentase sebesar 71% (sangat memuaskan sebesar 36% dan memuaskan sebesar 35%), kementerian dan lembaga sebesar 66% (sangat memuaskan sebesar 19% dan memuaskan sebesar 47%), dan swasta sebesar 48% (sangat memuaskan sebesar 20% dan memuaskan sebesar 28%). Berbeda dengan pihak perbankan dimana hasil persentase menunjukkan besaran yang sama untuk keadaan puas (sangat memuaskan dan memuaskan) dan cukup puas, yaitu masing-masing sebesar 50%. Sedangkan pada pihak lembaga internasional, sebesar 63% menunjukkan keadaan yang cukup puas. Hal ini mencerminkan bahwa BPS dalam pelayanan data terhadap masyarakat perlu mempertahankan dan meningkatkan sistem pelayanan yang sudah dijalankan selama ini.



Grafik 9. Konsumen Berdasarkan Jenis Data yang Dibutuhkan dan Tingkat Kepuasan

Dalam keadaan dimana konsumen sudah memperoleh data yang diperlukan dari BPS, berdasarkan jenis data yang dibutuhkan dapat digambarkan bahwa hampir seluruh konsumen merasa puas akan data yang diperoleh. Keadaan tersebut ditunjukkan untuk data yang bersifat umum (multisubyek) dengan persentase sebesar 71%, kependudukan sebesar 57%, sosial sebesar 56%, sosial ekonomi, dan industri, pertambangan, energi, dan konstruksi sebesar 47%. Sedangkan pada data pertanian, besaran persentase yang sama diperoleh untuk keadaan puas dan cukup puas, yaitu masing-masing sebesar 50%. Namun, pada beberapa jenis data lainnya sebagian besar konsumen menilai cukup puas akan data tersebut. Pada data agregat ekonomi dan ekonomi lainnya dengan persentase sebesar 57%, perdagangan, transportasi, jasa, dan pariwisata sebesar 56%, dan pada data harga dan keuangan sebesar 50%.



Grafik 10. Konsumen Data BPS yang Merasa Paus Berdasarkan Profesi dan Jenis Data yang Dibutuhkan

Bagi konsumen yang dinilai telah merasa puas, dimana jawaban responden terhadap pelayanan data BPS termasuk kategori sangat memuaskan dan memuaskan, menurut kategori profesi dan jenis data yang dibutuhkan, terlihat bahwa sebagian besar konsumen yang merasa puas ketika memperoleh data yang bersifat umum (multisubyek). Hal ini ditunjukkan pada profesi media masa dengan persentase 80%, lembaga internasional sebesar 38%, dan instansi swasta sebesar 20%. Lain halnya dengan pihak perbankan, dimana sebesar 38% konsumen yang merasa puas ketika memperoleh data kependudukan. Sedangkan pemda sebesar 43% konsumen merasa puas ketika memperoleh data sosial ekonomi. Pada pihak akademi dan peneliti merasa puas ketika memperoleh data agregat ekonomi dan isu ekonomi lainnya, yaitu sebesar 29%. Besaran persentase yang sama ditunjukkan oleh kementerian dan lembaga untuk perolehan data perdagangan, transportasi, jasa, dan pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas akan dalam memperoleh data yang bersifat umum (multisubyek). Keadaan ini memperlihatkan pentingnya publikasi yang bersifat umum (multisubyek) tersebut, seperti Statistik Indonesia, Daerah Dalam Angka, Potensi Desa, dan lain sebagainya.

4.3 Perbandingan Kinerja BPS terhadap Harapan Konsumen

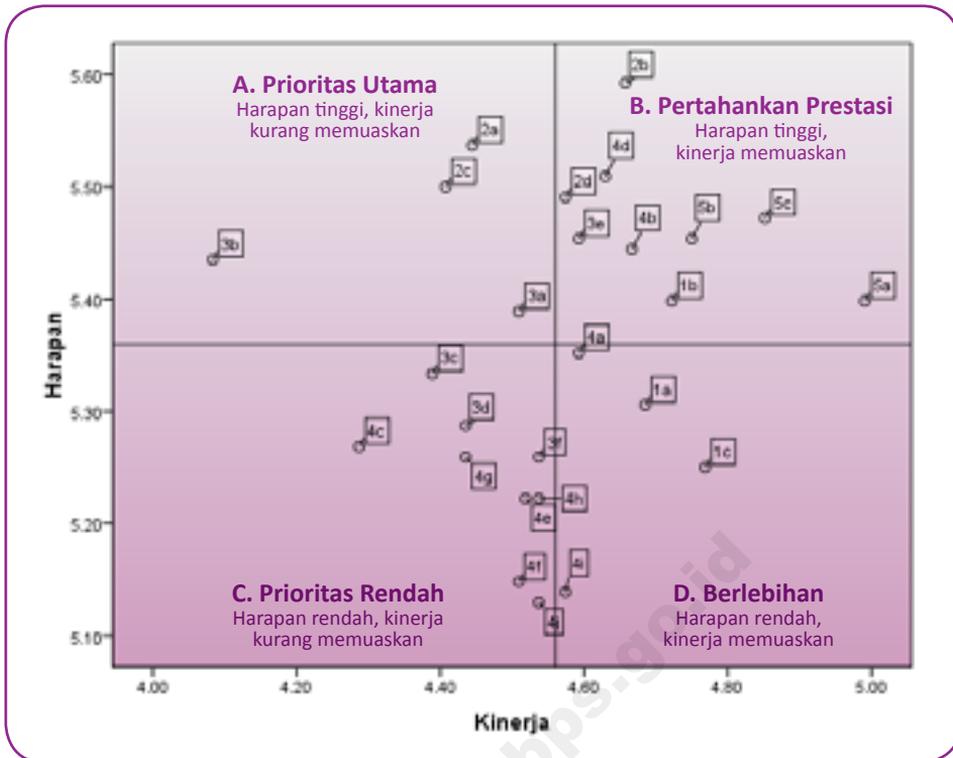
Sebagai instansi pemerintah yang selalu mengedepankan pelayanan publik, BPS harus mengetahui betul-betul apa saja yang dianggap penting oleh konsumen/pengguna data agar kinerja pelayanan dapat memuaskan. Survei Kepuasan Konsumen (SKK) 2012 dilakukan untuk memperoleh gambaran tingkat pencapaian kinerja BPS menurut pandangan konsumen dari sisi pelaksanaan tugas dan fungsi yang menjadi *core business* BPS seperti produk data, informasi statistik, publikasi statistik (*hardcopy* dan *softcopy*) serta pelayanan statistik (perpustakaan tercetak, perpustakaan digital, konsultasi statistik, layanan data mikro, layanan penjualan, dan rekomendasi statistik).

Untuk melihat gambaran tingkat pencapaian kinerja tersebut dilakukan perbandingan pencapaian kinerja BPS terhadap harapan yang diinginkan konsumen berdasarkan hasil SKK 2012. Perbandingan ini dilakukan dengan memetakan kinerja yang dicapai BPS dengan harapan yang diinginkan konsumen dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) atau yang lebih dikenal dengan sebutan analisis kuadran.

Berdasarkan hasil analisis kuadran terlihat bahwa variabel-variabel pertanyaan pada kuesioner SKK 2012 di Blok III yang merupakan representasi dari variabel-variabel pelayanan BPS, tersebar dalam empat area, namun lebih banyak berkumpul pada area B (pertahankan prestasi) dan area C (prioritas rendah) seperti yang terlihat pada Grafik 11.

Interpretasi dari variabel-variabel pelayanan yang berada pada area A adalah variabel-variabel pelayanan yang harus diperhatikan untuk memenuhi harapan konsumen dan penanganannya perlu mendapatkan prioritas utama BPS karena kinerjanya belum memuaskan konsumen data. Variabel-variabel pelayanan tersebut adalah:

1. Kelengkapan data pada *website* (variabel pelayanan 3b)
2. Kemutakhiran data/up to date (variabel pelayanan 2c)
3. Kelengkapan data menurut waktu dan wilayah baik *softcopy* maupun *hardcopy* (variabel pelayanan 2a)
4. Kemudahan akses *website* BPS dimanapun konsumen berada (variabel pelayanan 3a)



Grafik 11. Perbandingan Harapan Konsumen dan Capaian Kinerja BPS Untuk Semua Variabel Pelayanan

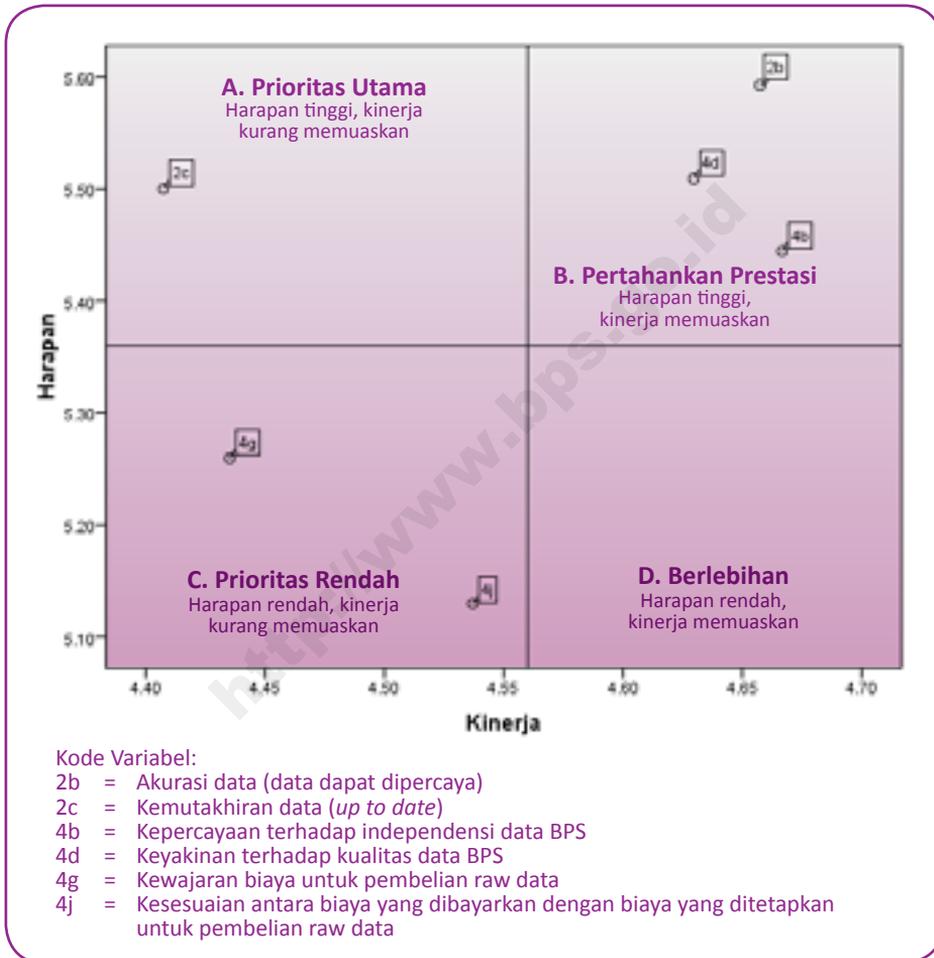
Sedangkan untuk beberapa variabel pelayanan, tingkat pencapaian kinerja dapat digolongkan ke area D (kinerja berlebihan dibandingkan harapan konsumen), dimana variabel pelayanan tersebut menurut konsumen tidak begitu penting, namun BPS telah melakukan pelayanan dengan baik sehingga konsumen merasakan adanya kepuasan dalam pelayanan yang diberikan. Variabel pelayanan tersebut adalah:

1. Kecepatan petugas ketika memberikan pelayanan kepada konsumen (variabel pelayanan 1a)
2. Kesamaan pelayanan terhadap semua konsumen (variabel pelayanan 1c)
3. Kejelasan informasi tentang tersedianya buku/publikasi/data (variabel pelayanan 4a)
4. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *hardcopy* publikasi (variabel pelayanan 4i).

Untuk lebih memberikan gambaran tingkat pencapaian dari sisi pelaksanaan tugas dan fungsi yang menjadi *core business* BPS, maka analisis kuadran variabel-variabel pelayanan digolongkan menjadi beberapa kelompok berdasarkan keluaran/produk utama BPS, yaitu produk statistik, informasi statistik, publikasi statistik, serta pelayanan statistik. Bahasan rinci masing-masing analisis pelayanan produk utama BPS tersaji pada subbab 4.3.1 sampai 4.3.4.

4.3.1 Produk Data Statistik

Harapan pemangku kepentingan utama yang menjadi konsumen data BPS berdasarkan perumusan *quick wins* BPS adalah bahwa produk data statistik yang dihasilkan BPS lebih berkualitas yang dapat diartikan bahwa data BPS haruslah akurat dan mutakhir. Penilaian pencapaian kinerja untuk produk data statistik dalam SKK 2012 tercermin pada beberapa variabel (variabel pelayanan) yang ditanyakan, antara lain akurasi data, kemutakhiran data, kepercayaan terhadap independensi data, keyakinan terhadap kualitas data, kewajaran biaya raw data dan kesesuaian biaya raw data.



Grafik 12. Perbandingan Harapan Konsumen dan Capaian Kinerja BPS Untuk Produk Data Statistik

Hasil analisis kuadran menunjukkan bahwa kemutakhiran data BPS harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya. Hal ini terlihat dari Grafik 12, yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan kemutakhiran data (data up to date) berada pada area A (prioritas utama), dimana harapan yang diinginkan konsumen tinggi namun kinerja yang dicapai BPS masih

belum memuaskan. Untuk meningkatkan pelayanan yang berkaitan dengan kemutakhiran data, perlu ditelusuri hal-hal yang berkaitan dengan waktu untuk memproses produksi data, mulai dari pencacahan, pengumpulan, pengolahan, dan waktu penyajian. Hal yang perlu mendapat perhatian dari para subject matter di BPS sebagai produsen data dan publikasi antara lain agar lag antara pengumpulan data dan penerbitan data/publikasi tidak terlalu jauh. Selain itu, karena ada beberapa konsumen data yang mendapatkan publikasi yang berkaitan secara gratis melalui jasa ekspedisi, mungkin perlu menyegerakan pengiriman publikasi begitu publikasi tersebut terbit. Karena, walaupun lag antara pengumpulan data dan penerbitan data atau publikasi sebenarnya sudah tidak terlalu jauh, akan tetapi jika sampai di tangan konsumen agak lama, maka data BPS menurut pandangan konsumen menjadi tidak mutakhir.

Variabel pelayanan yang prioritasnya rendah (harapan yang diinginkan konsumen rendah/ tidak begitu penting namun kinerja kurang memuaskan) adalah :

1. Kewajaran biaya untuk pembelian data (variabel pelayanan 4g)
2. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian data (variabel pelayanan 4j)

Hal ini berarti bagi konsumen data, masalah harga tidak begitu penting untuk sebuah data yang memang mendapatkannya melalui proses yang tidak mudah. BPS masih pada batas kewajaran menetapkan harga data, sesuai dengan Peraturan Presiden No.54 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak.

Prestasi yang perlu dipertahankan untuk produk data statistik BPS adalah variabel-variabel pelayanan:

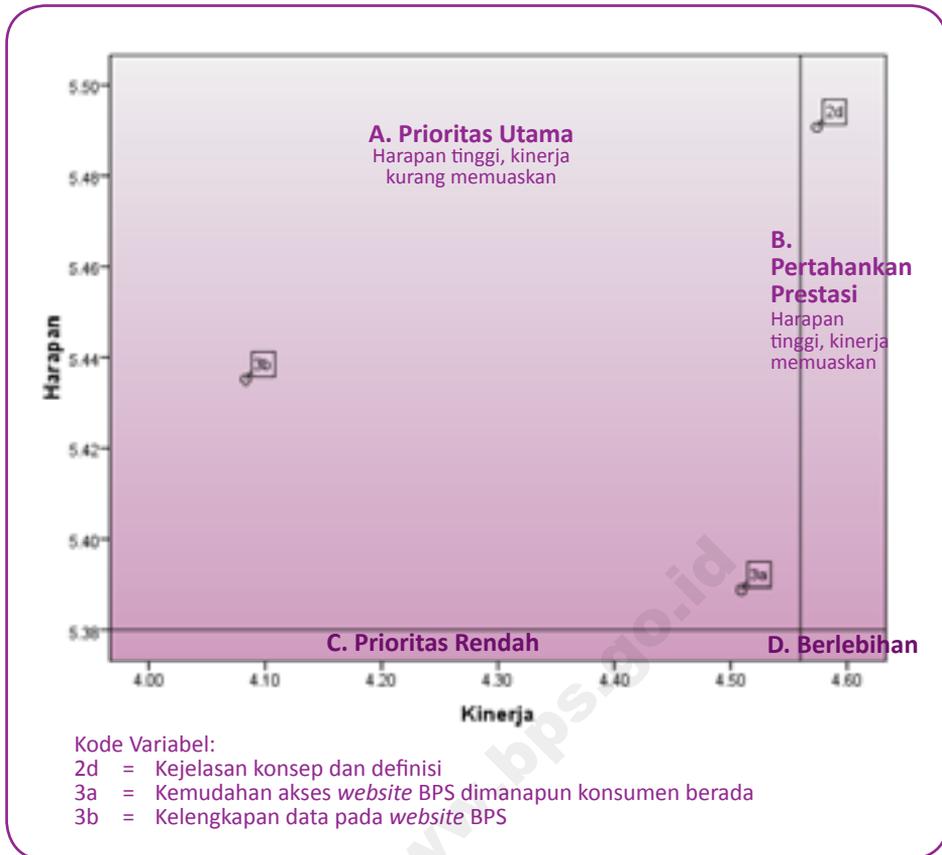
1. Akurasi data/data dapat dipercaya (variabel pelayanan 2b)
2. Kepercayaan terhadap independensi data BPS (variabel pelayanan 4b)
3. Keyakinan terhadap kualitas data BPS (variabel pelayanan 4d)

Variabel-variabel tersebut perlu dipertahankan kinerjanya, karena berdasarkan analisis kuadran (Grafik 12) berada pada area B (pertahankan prestasi), dimana harapan konsumen yang tinggi telah diakomodir dengan capaian kinerja BPS yang sangat memuaskan.

4.3.2 Informasi Statistik

Program *quick wins* BPS mendeskripsikan harapan pemangku kepentingan utama adalah kualitas informasi lebih baik dan konsep definisi yang digunakan jelas. Penilaian pencapaian kinerja untuk kelompok informasi statistik dalam SKK 2012 tercermin pada beberapa variabel (variabel pelayanan), antara lain: kemudahan akses *website* BPS dimanapun konsumen berada, kelengkapan data pada *website* BPS, dan kejelasan konsep dan definisi.

Penilaian capaian kinerja dan perbandingannya terhadap harapan konsumen untuk kelompok informasi statistik tersaji pada Grafik 13. Grafik menunjukkan bahwa harapan konsumen yang berkaitan dengan kejelasan konsep dan definisi yang digunakan dalam berbagai produk maupun kegiatan statistik BPS telah sesuai dengan capaian kinerja BPS yang memuaskan. Prestasi ini perlu dipertahankan. Hal ini terlihat dari hasil analisis kuadran yang menunjukkan bahwa konsep dan definisi yang digunakan BPS berada pada area B (pertahankan prestasi).



Grafik 13. Perbandingan Harapan Konsumen dan Capaian Kinerja BPS Untuk Informasi Statistik

Analisis kuadran pada kelompok informasi statistik juga menunjukkan bahwa pelayanan yang berkaitan dengan *website* BPS kiranya harus menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan kinerjanya. Hal ini ditunjukkan pada Grafik 13, dimana kemudahan akses *website* BPS dimanapun konsumen berada dan kelengkapan data pada *website* BPS berada pada area A (prioritas utama). Hal ini berarti harapan yang diinginkan konsumen akan kemudahan akses *website* dan kelengkapan data pada *website* sangat tinggi, namun masih belum dapat dipenuhi oleh capaian kinerja BPS. Kemudahan akses informasi statistik melalui *website* dirasakan terhambat oleh konsumen bisa disebabkan banyak hal. Salah satu diantaranya adalah, beragamnya piranti yang digunakan oleh konsumen untuk mengakses *website* (misalnya, *personal computer, laptop, tablet, smartphone, mobile phone*). Konsumen akan merasa terhambat dalam mengakses *website* BPS jika menggunakan *mobile phone*, karena *website* BPS belum mendukung kemudahan akses pada *mobile phone*.

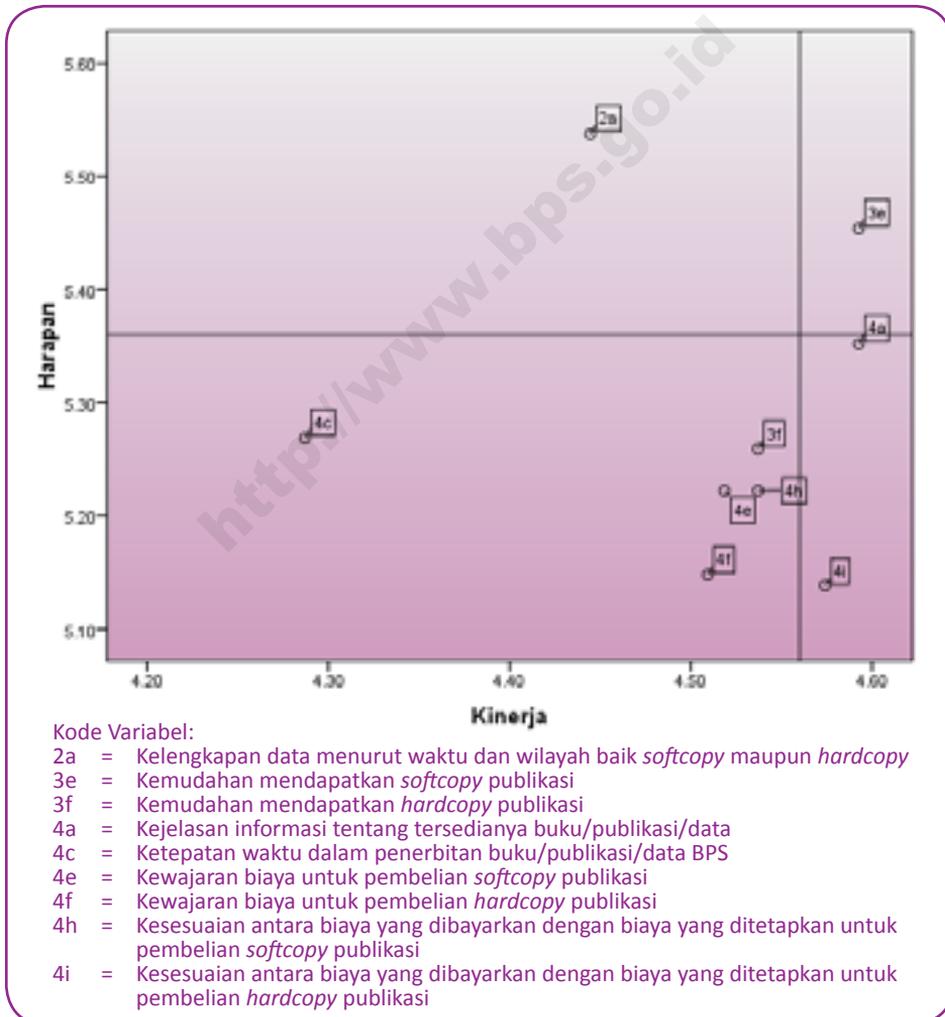
4.3.3. Publikasi Statistik

Publikasi statistik yang saat ini menjadi produk andalan BPS terdiri dari dua jenis, yaitu *hardcopy* dan *softcopy*. Untuk layanan baca, baik *hardcopy* (melalui perpustakaan) maupun

softcopy (perpustakaan digital), konsumen dapat berkunjung langsung ke Unit Perpustakaan dan Dokumentasi Statistik, sedangkan penjualan publikasi dilakukan di Unit Layanan dan Konsultasi Statistik. Layanan-layanan tersebut tergabung dalam Pelayanan Statistik Terpadu yang bertempat di BPS. Harapan pemangku kepentingan sesuai rumusan *quick wins* BPS adalah, publikasi yang dihasilkan BPS terbit lebih cepat (*up to date*), mudah diakses, dan harganya murah (bahkan gratis).

Secara umum, jika dilihat dari sebaran variabel di empat kuadran pada Grafik 14, tingkat pencapaian kinerja kelompok publikasi statistik sudah cukup baik (kinerja lebih bagus bila dibandingkan dengan harapan konsumen), walaupun lebih banyak variabel pelayanan yang berada pada area C (prioritas rendah).

Variabel pelayanan yang masuk area B (pertahankan prestasi), dimana harapan yang diinginkan konsumen telah sesuai dengan kinerja yang memuaskan adalah kemudahan mendapatkan *softcopy* publikasi dan kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *hardcopy* publikasi. Oleh karena itu kinerja kedua pelayanan ini harus tetap dipertahankan.



Grafik 14. Perbandingan Harapan Konsumen dan Capaian Kinerja BPS Untuk Publikasi Statistik

Variabel pelayanan berkaitan dengan publikasi statistik yang harus menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah kelengkapan data menurut waktu dan wilayah baik *softcopy* maupun *hardcopy*. Kesimpulan ini ditunjukkan pada Grafik 14, dimana variabel pelayanan tersebut berada pada area A (prioritas utama). Hal ini berarti harapan tinggi yang diinginkan konsumen akan *softcopy* dan *hardcopy* yang lengkap menurut waktu dan wilayah belum mampu diakomodir BPS. Hal ini menjadi PR (Pekerjaan Rumah) besar BPS, khususnya di unit penyedia publikasi untuk melengkapi baik publikasi daerah maupun pusat.

Sebaliknya, **harapan/tingkat kepentingan konsumen yang rendah, namun diikuti oleh kinerja BPS yang memuaskan** dicapai oleh variabel pelayanan:

1. Kejelasan informasi tentang tersedianya buku/publikasi/data (variabel pelayanan 4a)
2. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *hardcopy* publikasi (variabel pelayanan 4i)

Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil analisis kuadran, dimana kedua variabel pelayanan berada pada area D (kinerja berlebihan). Dengan kata lain, informasi tentang tersedianya buku/data/publikasi dan kesesuaian biaya pembelian *hardcopy* publikasi yang ditetapkan BPS tidak begitu penting, namun telah dilayani dengan baik sehingga konsumen merasakan adanya kepuasan dengan pelayanan yang diberikan.

Harapan/tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel-variabel pelayanan di bawah ini rendah, sedangkan capaian kinerjanya juga belum begitu memuaskan. Variabel-variabel tersebut adalah:

1. Ketepatan waktu dalam penerbitan buku/publikasi/data BPS (4c)
2. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *softcopy* publikasi (4h)
3. Kewajaran biaya untuk pembelian *softcopy* publikasi (4e)
4. Kewajaran biaya untuk pembelian *hardcopy* publikasi (4f)
5. Kemudahan mendapatkan *hardcopy* publikasi (3f)

Kelima variabel pelayanan di atas perlu ditingkatkan namun tidak menjadi prioritas utama, karena walaupun kinerja BPS dalam hal ini kurang baik, namun konsumen menganggap kelima variabel tersebut tidak begitu penting. Hal ini dapat disebabkan konsumen memiliki alternatif lain sebagai substitusi yang dapat memenuhi kebutuhannya. Contohnya, konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang terkait dengan kemudahan mendapatkan *hardcopy* publikasi, namun karena mereka merasa *softcopy* publikasi mudah didapatkan, sehingga bukan menjadi masalah untuk mereka apabila mendapatkan *hardcopy* publikasi agak sulit.

Dari sisi ketepatan waktu penerbitan publikasi statistik, BPS telah menayangkan *Advance Release Calendar* (ARC) atau Senarai Rencana Terbit dalam setahun terakhir ini (tahun 2012). ARC berisi jadwal terbit publikasi yang rencananya akan diterbitkan oleh BPS dalam setahun ke depan. Namun, publikasi yang dimaksud adalah berupa *softcopy* yang ditayangkan di *website* BPS. Dengan adanya bantuan ARC, penerbitan publikasi dalam bentuk *hardcopy* juga diharapkan dapat lebih tepat waktu.

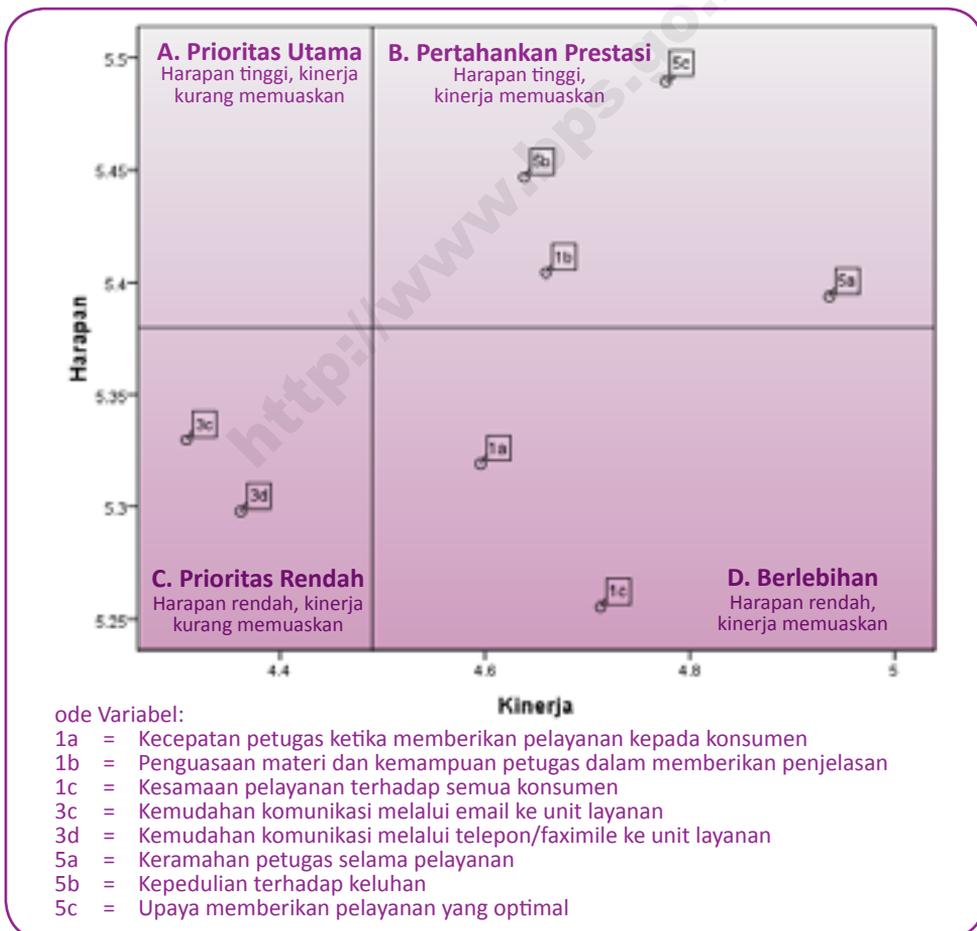
4.3.4 Pelayanan Statistik

Analisis kuadran menunjukkan bahwa pelayanan statistik kepada konsumen sudah cukup baik (Grafik 15), hal ini terlihat dari tidak adanya variabel pelayanan yang perlu menjadi prioritas utama peningkatan kinerja (berada pada area A). Pelayanan statistik dalam hal ini termasuk didalamnya konsultasi dan rekomendasi statistik yang dilakukan oleh unit layanan.

Variabel pelayanan yang perlu dipertahankan prestasinya pada kelompok ini (berada pada area B) adalah:

1. Penguasaan materi dan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan (1b)
2. Keramahan petugas selama pelayanan (5a)
3. Kepedulian terhadap keluhan (5b)
4. Upaya memberikan pelayanan yang optimal (5c)

Variabel pelayanan tersebut perlu dipertahankan prestasinya mengingat capaian kerjanya sangat memuaskan dan telah memenuhi harapan/tingkat kepentingan konsumen yang tinggi.



Grafik 15. Perbandingan Harapan Konsumen dan Capaian Kinerja BPS Untuk Konsultasi dan Pelayanan Statistik

Variabel pelayanan yang dianggap berlebihan pada kelompok pelayanan statistik (berada pada area D) adalah variabel pelayanan:

1. Kecepatan petugas ketika memberikan pelayanan kepada konsumen (1a)
2. Penguasaan materi dan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan (1c)
3. Kedua variabel pelayanan tersebut capaian kinerjanya sangat memuaskan meskipun harapan yang diinginkan konsumen tidak terlalu tinggi/tingkat kepentingan rendah.

Kemudahan komunikasi melalui email, telepon/faximile ke unit layanan merupakan variabel pelayanan yang kinerjanya masih belum memuaskan namun tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel pelayanan tersebut juga rendah. Hal ini mungkin disebabkan oleh beragamnya pilihan sarana untuk mendapatkan informasi statistik (data/publikasi/konsultasi). Selain melalui email, telepon/faximile, konsumen dapat berkunjung langsung ke Pelayanan Statistik Terpadu di BPS. Meskipun demikian, kinerja BPS dalam melayani konsumen melalui email, telepon/faximile harus tetap ditingkatkan agar lebih meningkatkan kinerja pelayanan BPS, walaupun bukan prioritas utama.

Hasil pemetaan dari 26 variabel pelayanan di atas ke dalam 4 kuadran, masih ada sebagian (50 persen) tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen data. Oleh karena itu BPS perlu melakukan peningkatan pelayanan yang bersifat strategis dengan membuat kebijakan-kebijakan berdasarkan skala prioritas yang diharapkan konsumen data.

BAB 5

Penutup

Salah satu visi misi BPS adalah sebagai penyedia data berkualitas. Visi misi ini harus dimonitor pencapaiannya dalam rangka optimalisasi pelayanan publik. Optimalisasi pelayanan publik di BPS sangatlah penting dan perlu terus ditingkatkan dalam rangka mencapai kualitas pelayanan publik yang lebih mudah, murah, cepat dan tepat.

Survei Kepuasan Konsumen (SKK 2012) merupakan salah satu media dalam menilai dan memonitor pencapaian kinerja pelayanan BPS. SKK 2012 juga dilaksanakan untuk mengidentifikasi segmentasi konsumen data BPS yang merupakan pemangku kepentingan utama baik di sektor pemerintahan maupun swasta. Hasil SKK 2012 menunjukkan bahwa:

1. Instansi swasta merupakan konsumen terbanyak pengguna data BPS, dengan persentase sebesar 42%, selanjutnya diikuti oleh kementerian dan lembaga dengan persentase sebesar 36%. Sedangkan 22% konsumen data BPS lainnya merupakan konsumen yang berasal dari pihak akademi dan peneliti sebesar 6%, lembaga internasional sebesar 5%, pemda sebesar 5%, yang terendah adalah media masa dan perbankan, yaitu masing-masing hanya sebesar 3%.
2. Jenis data yang dibutuhkan oleh masing-masing konsumen sangat beragam dan sangat terkait dengan kepentingan mereka, namun demikian data yang bersifat umum (multisubyek) sangat dicari dan dibutuhkan oleh konsumen. Jenis data multi subyek merupakan jenis data terbesar yang dibutuhkan oleh media masa (80%), lembaga internasional (38%) dan instansi swasta (21%). Segmen konsumen BPS lainnya memiliki karakteristik yang berbeda, dimana jenis data terbesar yang dibutuhkan oleh konsumen dari segmen perbankan adalah data kependudukan, dengan persentase sebesar 38%. Jenis data terbesar yang dibutuhkan akademi dan peneliti adalah data agregat ekonomi dan isu ekonomi lainnya (28%), sedangkan pemda cenderung membutuhkan data sosial ekonomi dengan persentase sebesar 43%.
3. Seluruh konsumen dari pihak pemda dan media masa menyatakan sudah puas akan pelayanan data BPS (pencapaian tingkat kepuasan sebesar 100%). Pencapaian tingkat kepuasan yang cukup besar ditunjukkan pula oleh konsumen dari pihak akademi dan peneliti yang persentase tingkat kepuasannya mencapai 71% (sangat memuaskan sebesar 36% dan memuaskan sebesar 35%), kementerian dan lembaga sebesar 66% (sangat memuaskan sebesar 19% dan memuaskan sebesar 47%), dan swasta sebesar 48%. (sangat memuaskan sebesar 20% dan memuaskan sebesar 28%). Sedangkan pada konsumen yang merupakan lembaga internasional, tingkat kepuasannya hanya sebesar 38% (masuk pada kategori memuaskan saja), dimana 63% responden pada kelompok ini hanya menunjukkan keadaan yang cukup puas.

4. Berdasarkan analisis kuadran hasil SKK 2012, beberapa variabel pelayanan perlu menjadi prioritas utama peningkatan kinerjanya (variabel pelayanan berada pada area A dalam analisis kuadran). Variabel pelayanan tersebut adalah:
 - a. Kelengkapan data pada *website*
 - b. Kemutakhiran data pada berbagai produk data statistik yang dihasilkan BPS
 - c. Kelengkapan publikasi menurut waktu dan wilayah (*softcopy* maupun *hardcopy*), dan
 - d. Kemudahan akses *website* BPS dimanapun konsumen berada.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat dirumuskan beberapa saran/rekomendasi yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan, yaitu:

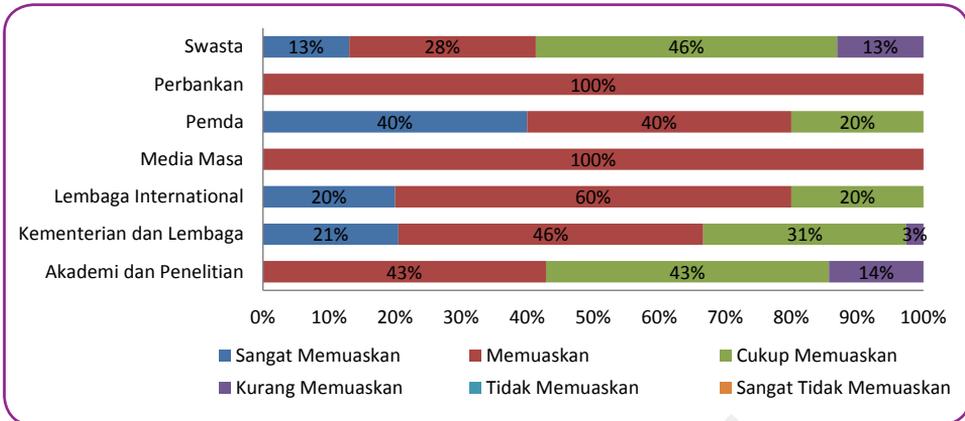
1. Rendahnya tingkat kepuasan konsumen pada kelompok/segmen lembaga internasional (38%) menunjukkan bahwa kinerja pelayanan BPS belum sesuai dengan harapan yang mereka inginkan. Kemungkinan besar, kondisi ini terjadi karena tolok ukur yang menjadi patokan harapan responden lembaga internasional adalah kinerja pelayanan dari kantor statistik di negara mereka yang notabene sudah lebih maju dari BPS. Studi banding kinerja pelayanan kantor statistik dari beberapa negara maju kiranya diperlukan, sebagai barometer bagi BPS untuk dijadikan tolok ukur bagi pencapaian kinerja pelayanan BPS.
2. Pelayanan statistik melalui *website* merupakan salah satu prioritas utama peningkatan kinerja pelayanan BPS. Variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan kinerjanya adalah dari sisi kelengkapan data dan kemudahan akses dimanapun konsumen berada. Untuk itu Direktorat Diseminasi Statistik dan subject matter perlu melengkapi data pada *website* BPS, selain itu jaringan infrastruktur pendukung *website* perlu ditingkatkan untuk mendukung kemudahan akses *website* BPS oleh konsumen. Kemudahan akses *website* dimanapun konsumen berada juga dapat disiasati dengan membangun mobile *website* BPS, sehingga *website* BPS dapat dengan mudah di akses melalui berbagai piranti komunikasi (ponsel, tablet maupun smartphone).
3. Kemutakhiran data berbagai produk statistik yang dihasilkan BPS juga merupakan salah satu prioritas utama kinerja pelayanan BPS yang perlu ditingkatkan. Peningkatan kinerja pelayanan ini kiranya bukan hanya merupakan tanggung jawab Direktorat Diseminasi Statistik semata, namun juga merupakan tanggung jawab seluruh insan BPS termasuk subject matter di dalamnya untuk dapat bekerja sama lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Untuk itu kiranya subject matter dapat memberikan data maupun publikasi ke Direktorat Diseminasi Statistik tepat waktu.
4. Subject matter maupun BPS daerah juga perlu melengkapi publikasi (*softcopy* maupun *hardcopy*) menurut waktu dan wilayah, untuk meningkatkan kinerja variabel pelayanan BPS dari sisi kelengkapan publikasi menurut waktu dan wilayah. Proses upload publikasi di Direktorat Diseminasi Statistik dan kelengkapan bahan pustaka di unit perpustakaan kiranya juga perlu ditingkatkan kinerjanya untuk memenuhi harapan konsumen terhadap pelayanan *hardcopy* maupun *softcopy* publikasi.
5. Penajaman kembali pada beberapa variabel pertanyaan dalam kuesioner SKK perlu dilakukan untuk menghindari ambiguitas responden dalam mengartikan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner (contoh pada variabel pertanyaan: kemudahan akses *website* dimanapun konsumen berada).
6. Pertanyaan dalam kuesioner SKK pada Blok I Rincian IV (fasilitas komunikasi yang digunakan responden) perlu ditambahkan satu item, yaitu kunjungan langsung, agar didapat gambaran yang lebih rinci mengenai fasilitas komunikasi konsumen dalam mendapatkan data BPS.

Lampiran 1

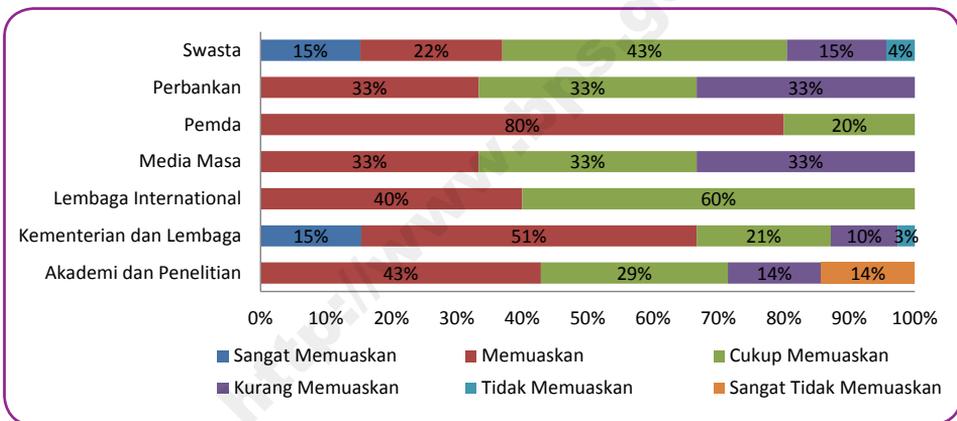
Tingkat Kepuasan Konsumen
per Masing-masing Variabel Pelayanan

A. Produk Data Statistik

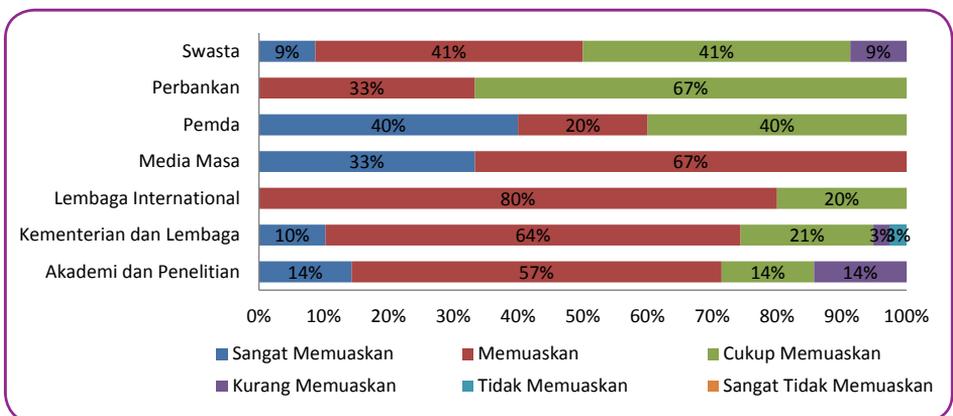
1. Akurasi data/data dapat dipercaya (variabel pelayanan 2b)



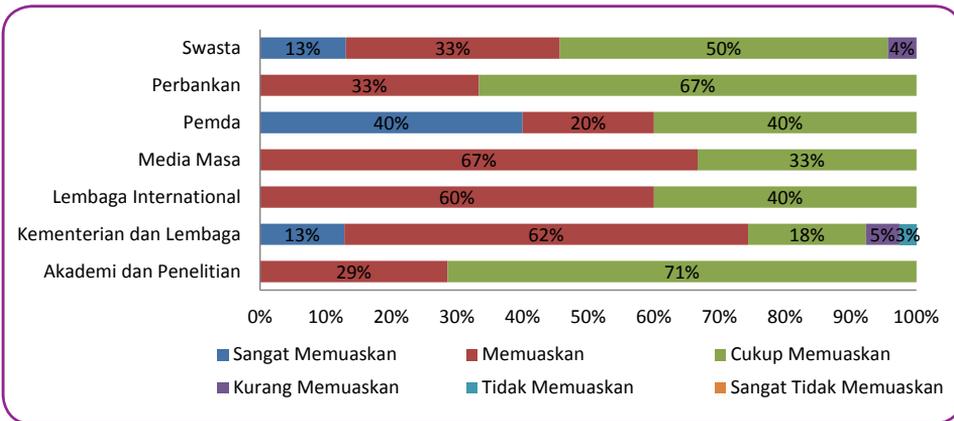
2. Kemutakhiran data/up to date (variabel pelayanan 2c)



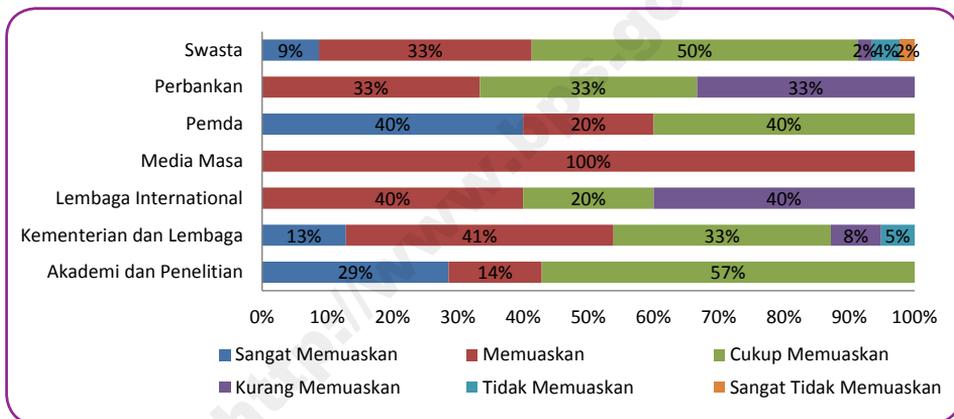
3. Kepercayaan terhadap independensi data BPS (variabel pelayanan 4b)



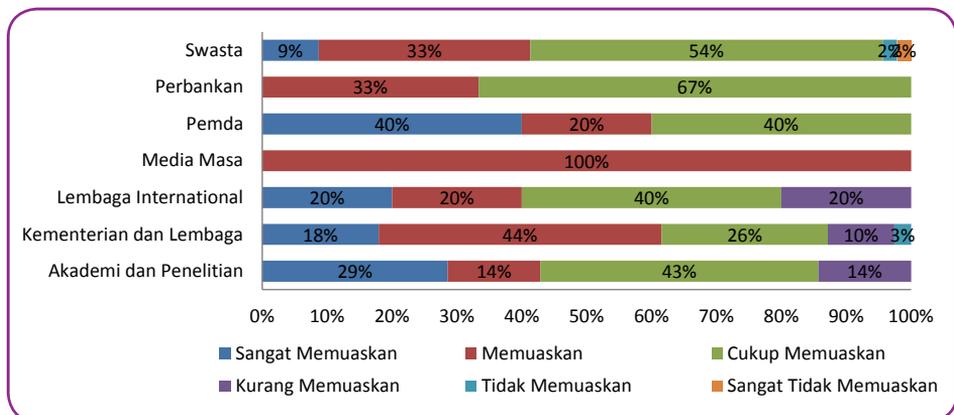
4. Keyakinan terhadap kualitas data BPS (variabel pelayanan 4d)



5. Kewajaran biaya untuk pembelian raw data (variabel pelayanan 4g)

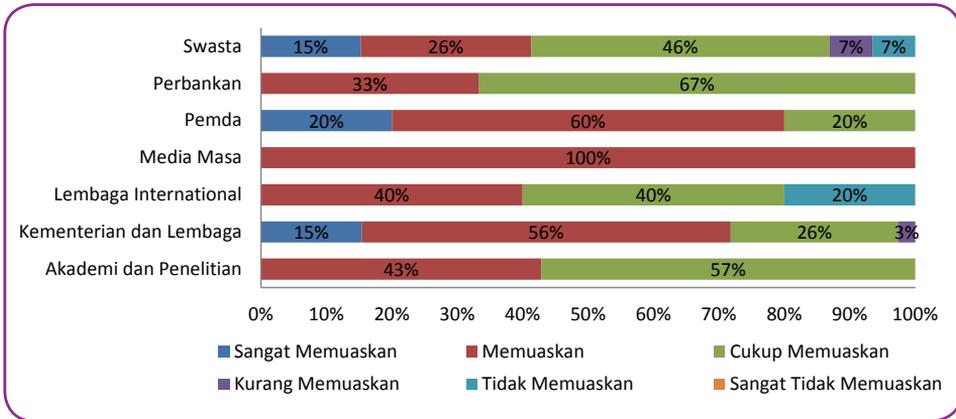


6. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian raw data (variabel pelayanan 4j)

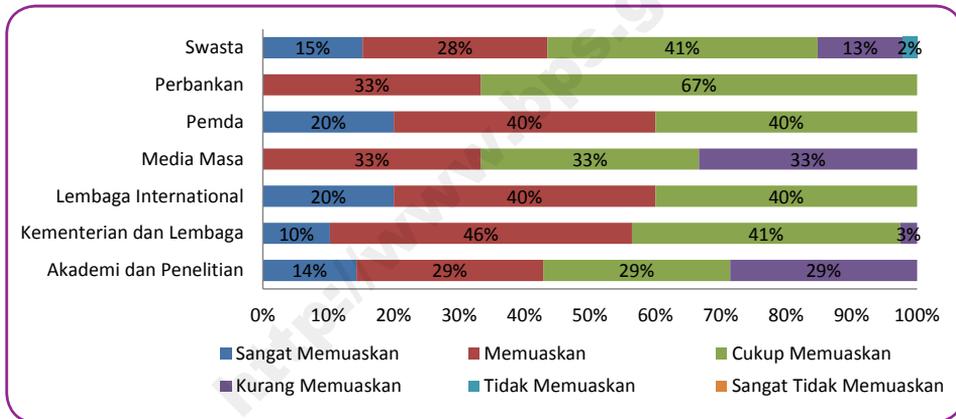


B. Informasi Statistik

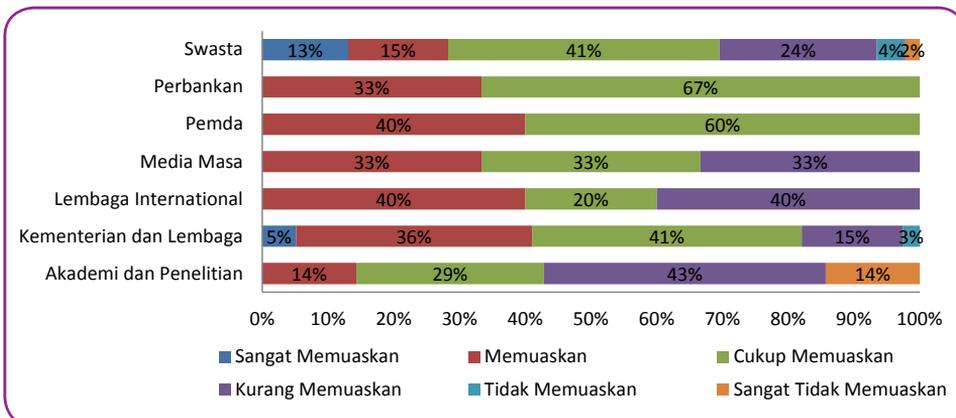
1. Kejelasan konsep dan definisi (variabel pelayanan 2d)



2. Kemudahan akses website BPS dimanapun konsumen berada (variabel pelayanan 3a)

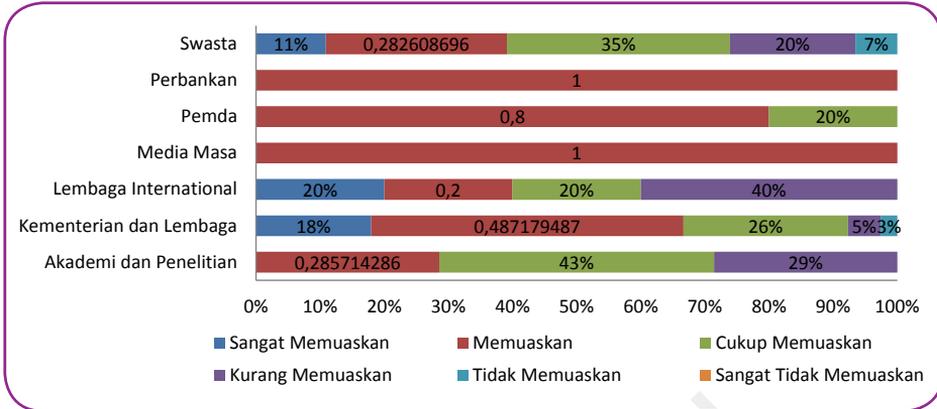


3. Kelengkapan data pada website BPS (variabel pelayanan 3b)

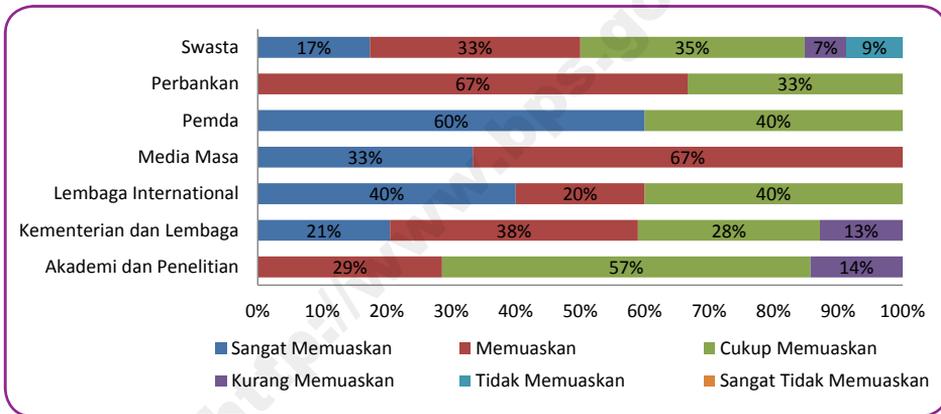


C. Publikasi Statistik

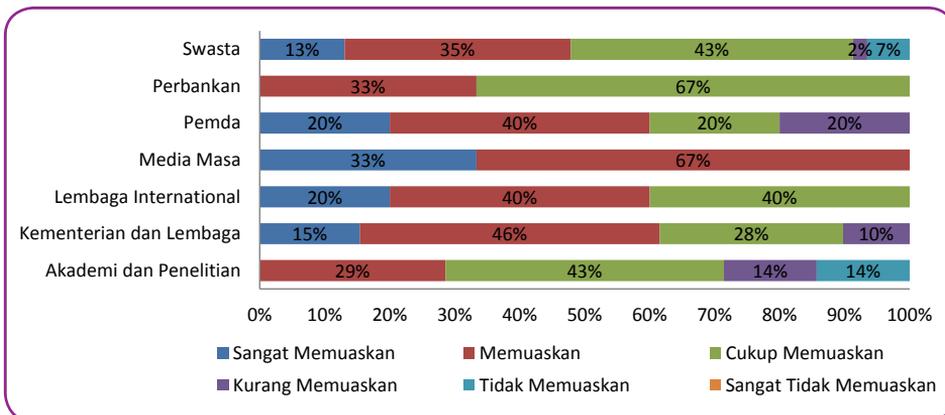
1. Kelengkapan data menurut waktu dan wilayah baik *softcopy* maupun *hardcopy* (variabel pelayanan 2a)



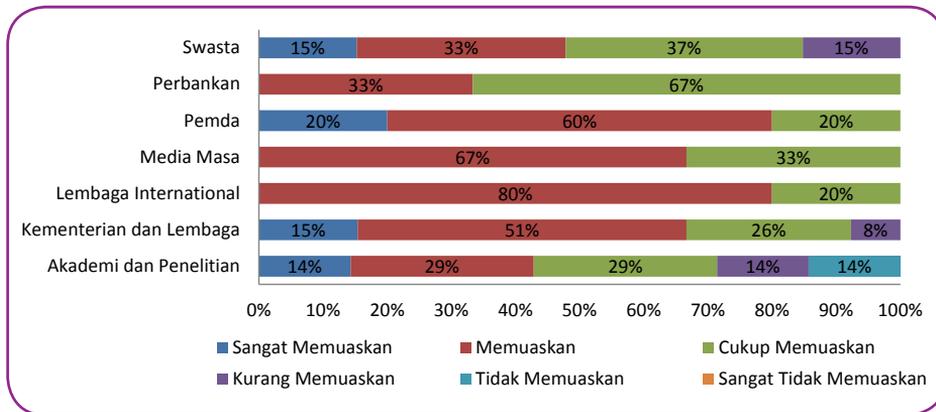
2. Kemudahan mendapatkan *softcopy* publikasi (variabel pelayanan 3e)



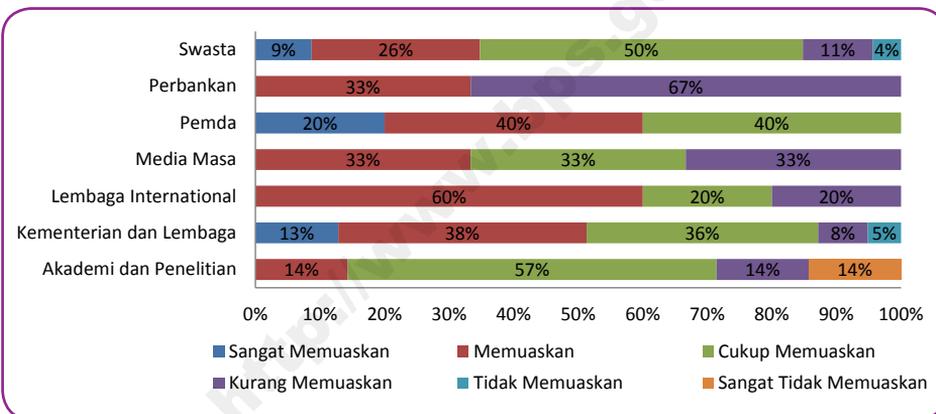
3. Kemudahan mendapatkan *hardcopy* publikasi (variabel pelayanan 3f)



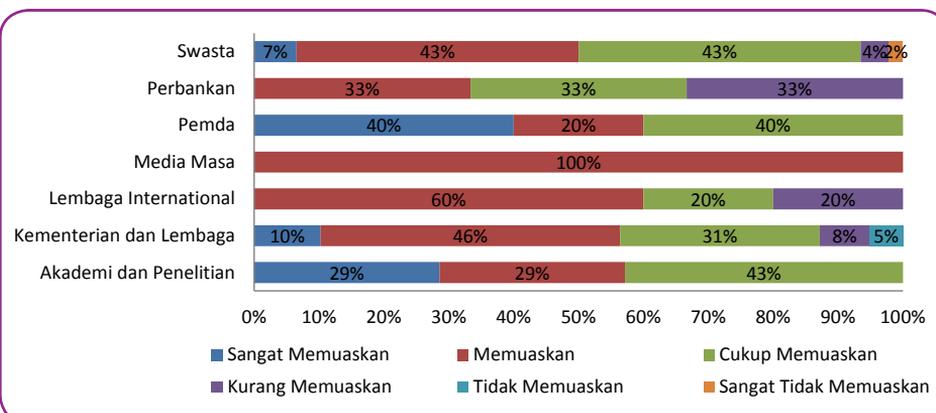
4. Kejelasan informasi tentang tersedianya buku/publikasi/data (variabel pelayanan 4a)



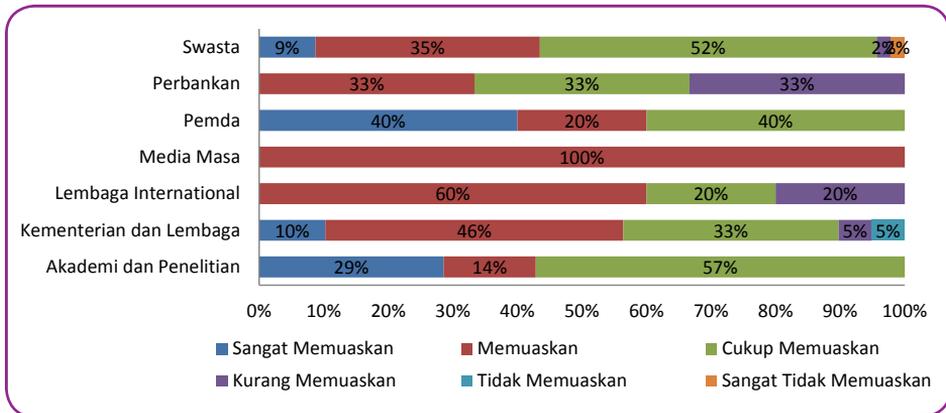
5. Ketepatan waktu dalam penerbitan buku/publikasi/data BPS (variabel pelayanan 4c)



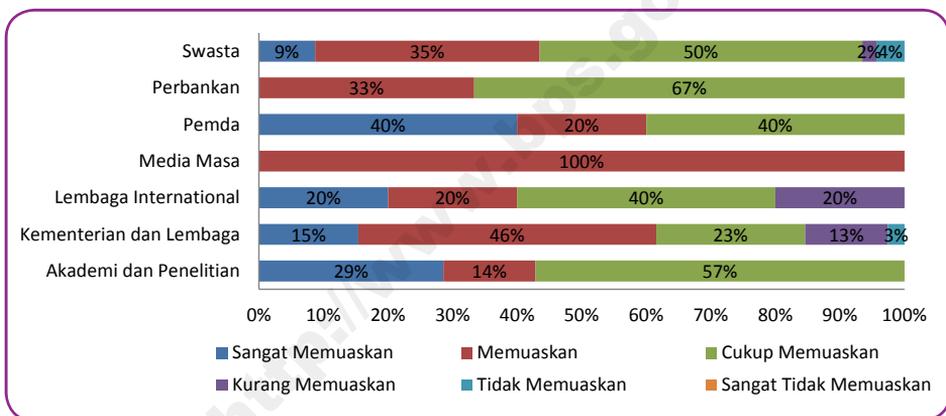
6. Kewajaran biaya untuk pembelian softcopy publikasi (variabel pelayanan 4e)



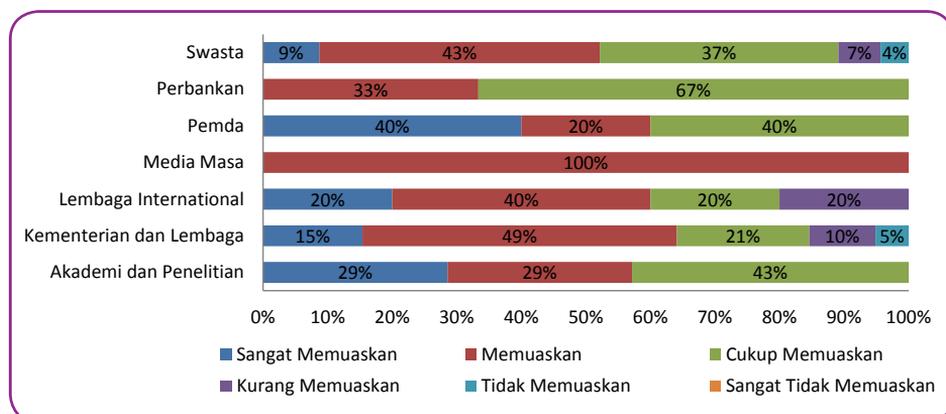
7. Kewajaran biaya untuk pembelian *hardcopy* publikasi (variabel pelayanan 4f)



8. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *softcopy* publikasi (variabel pelayanan 4h)

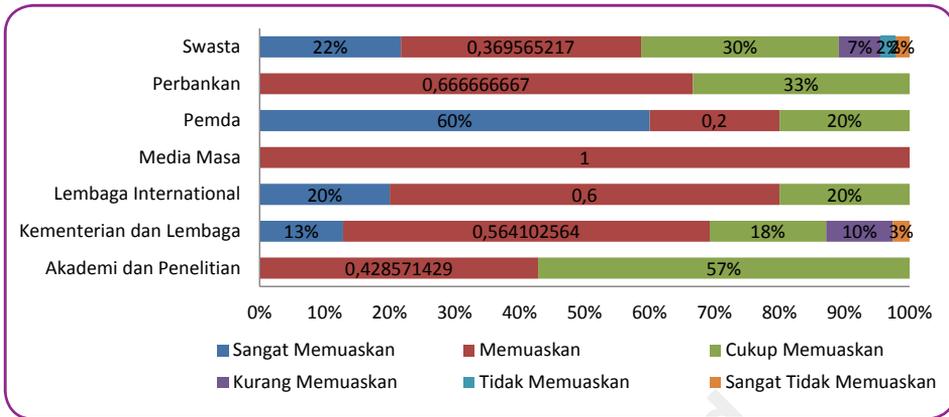


9. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian *hardcopy* publikasi (variabel pelayanan 4i)

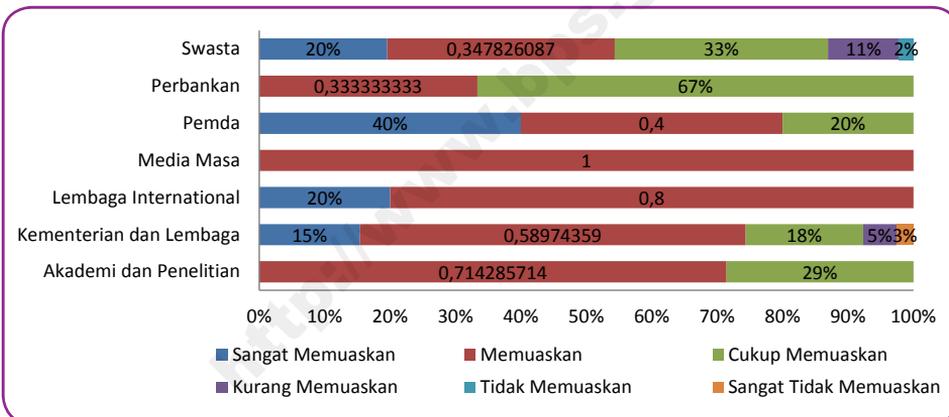


D. Pelayanan Statistik

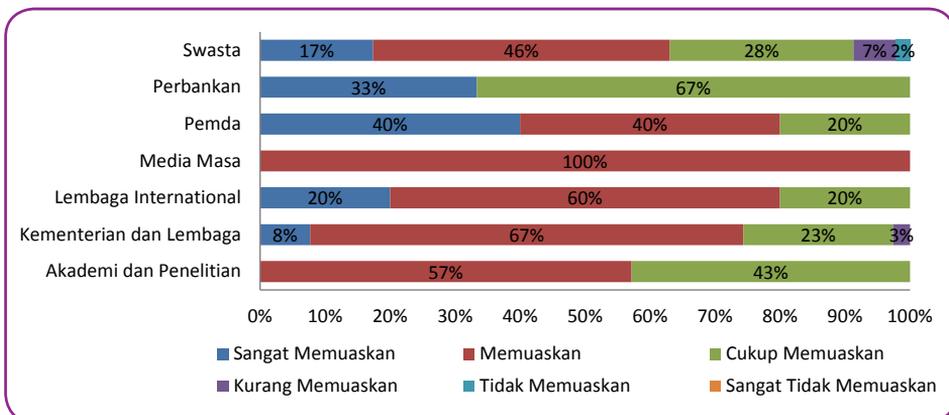
1. Kecepatan petugas ketika memberikan pelayanan kepada konsumen (variabel pelayanan 1a)



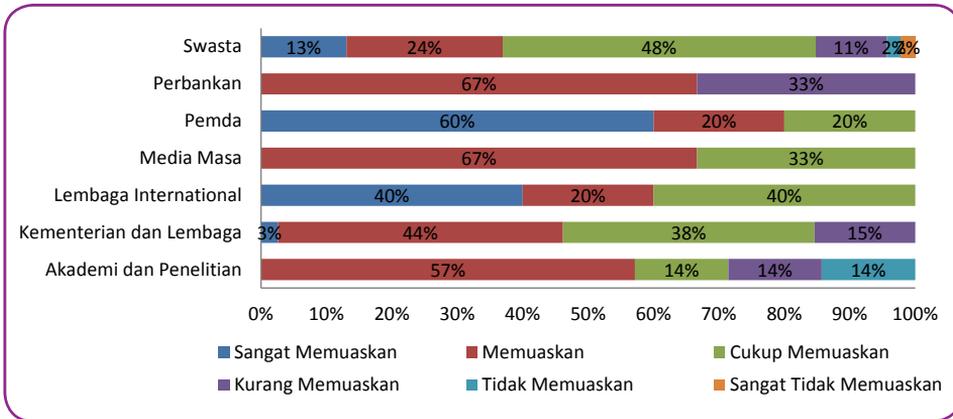
2. Penguasaan materi dan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan (variabel pelayanan 1b)



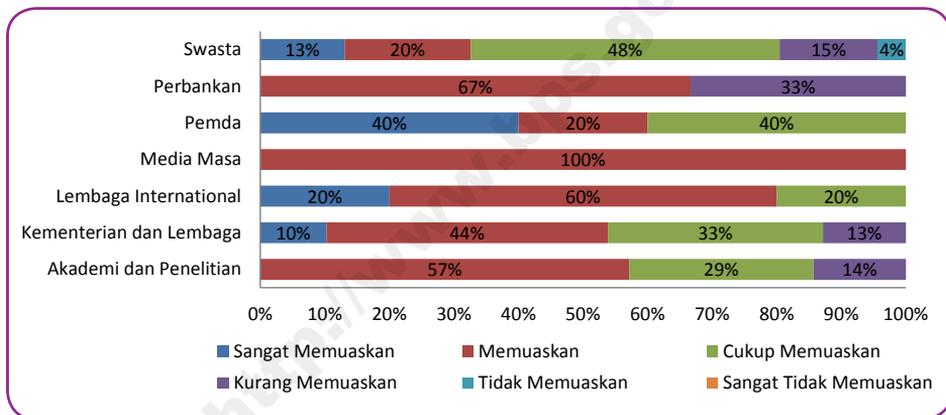
3. Kesamaan pelayanan terhadap semua konsumen (variabel pelayanan 1c)



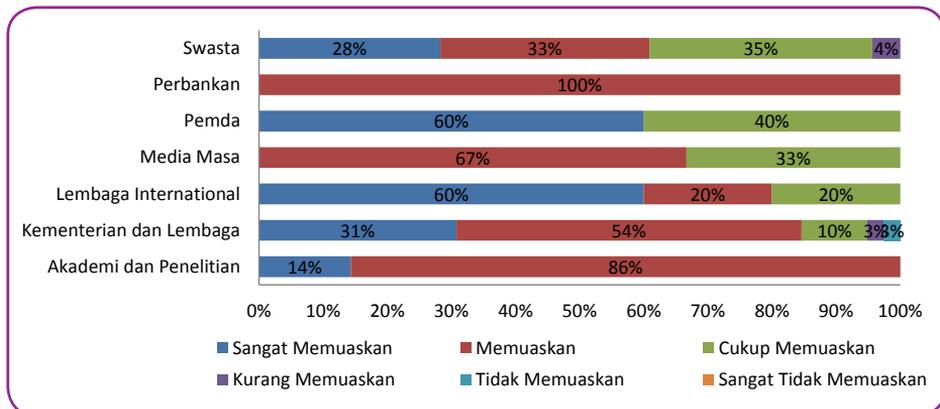
4. Kemudahan komunikasi melalui email ke unit layanan (variabel pelayanan 3c)



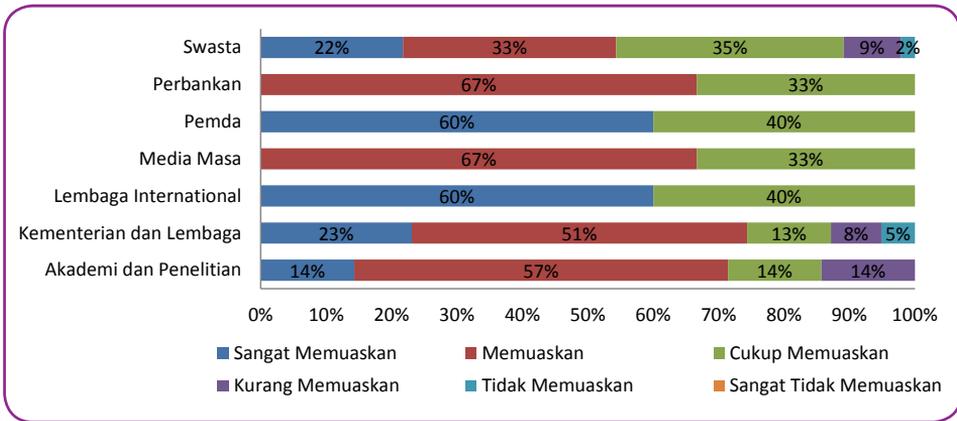
5. Kemudahan komunikasi melalui telepon/faximile ke unit layanan (variabel pelayanan 3d)



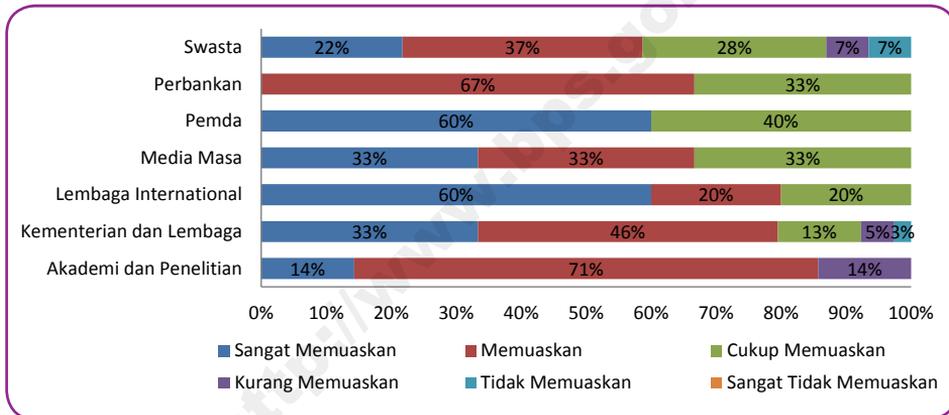
6. Keramahan petugas selama pelayanan (variabel pelayanan 5a)



7. Kepedulian terhadap keluhan (variabel pelayanan 5b)



8. Upaya memberikan pelayanan yang optimal (variabel pelayanan 5c)



Lampiran 2

Tabulasi Hasil
Survei Kepuasan Konsumen 2012

Tabel 1. Jumlah Responden SKK 2012 Berdasarkan Profesi dan Jenis Kelamin

Profesi	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Akademi dan Penelitian	4	3	7
Kementerian dan Lembaga	26	13	39
Lembaga International	2	3	5
Media Masa	2	1	3
Pemda	4	1	5
Perbankan	3		3
Swasta	29	17	46
Total	70	38	108

Tabel 2. Jumlah Responden SKK 2012 Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan

Profesi	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan				Total
	D1/D2/D3	D4/S1	S2/S3	SLTA	
Akademi dan Penelitian		2	4	1	7
Kementerian dan Lembaga	2	22	13	2	39
Lembaga International		4	1		5
Media Masa		3			3
Pemda	1	1	3		5
Perbankan		2	1		3
Swasta	6	25	13	2	46
Total	9	59	35	5	108

Tabel 3. Jumlah Responden SKK 2012 Berdasarkan Fasilitas Komunikasi Utama

Profesi	Fasilitas Komunikasi Utama					Total
	Email	Lainnya	Surat	Telepon/ Faximile	Website	
Akademi dan Penelitian	2	1	1	1	2	7
Kementerian dan Lembaga	10	9		11	9	39
Lembaga International	2			1	2	5
Media Masa	1			2		3
Pemda	3			1	1	5
Perbankan			1	1	1	3
Swasta	14	1	2	8	21	46
Total	32	11	4	25	36	108

Tabel 4. Jumlah Responden SKK 2012 Berdasarkan Profesi dan Jenis Data yang Dibutuhkan

Profesi	Jenis Data yang Dibutuhkan									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Akademi dan Penelitian	4	2		1		3		3	5	18
Kementerian dan Lembaga	32	27	21	7	2	11	2	44	12	158
Lembaga International	6	3				1	4	2		16
Media Masa	4	1								5
Pemda	2	1	6				2	2	1	14
Perbankan	1	3	1					1	2	8
Swasta	20	9	10	1	4	17	14	11	10	96
Total	69	46	38	9	6	32	22	63	30	315

Tabel 5. Jumlah Responden SKK 2012 Berdasarkan Profesi, Jenis Data yang Dibutuhkan dan Tingkat Kepuasan

Profesi/Kepuasan		Jenis Data yang Dibutuhkan								Total	
		Umum	Sosial Ekonomi	Sosial	Pertanian	Perdagangan, Transportasi, Jasa, dan Pariwisata	Kependudukan	Industri, Pertambangan, Energi, dan Konstruksi	Harga dan Keuangan		Agregat Ekonomi dan Isu Ekonomi lainnya
Akademi dan Penelitian	Sangat Memuaskan	4					1				5
	Memuaskan			1			1	2	1		5
	Cukup Memuaskan					1				3	4
Kementerian dan Lembaga	Sangat Memuaskan	5	3		1	7	3		1	3	23
	Memuaskan	19	7	3	1	6	15	3		4	58
	Cukup Memuaskan	7	4	4		6	6	2	1	5	35
	Kurang Memuaskan		3			1	2	1			7
Lembaga International	Memuaskan	3				2		1			6
	Cukup Memuaskan	3					3		4		10
Media Masa	Sangat Memuaskan						1				1
	Memuaskan	4									4
Pemda	Sangat Memuaskan		5								5
	Memuaskan	2	1			2	1		2	1	9
Perbankan	Memuaskan	1				1	1			1	4
	Cukup Memuaskan		1				2			1	4
Swasta	Sangat Memuaskan	7	2			3	2	4		1	19
	Memuaskan	4	1	1	1	4	1	5	7	2	26
	Cukup Memuaskan	5	5		3	3	5	3	6	7	37
	Kurang Memuaskan	3	2				1	3	1		10
	Sangat Tidak Memuaskan	1									1
	Tidak Memuaskan					1					1
Total		68	34	9	6	37	45	24	22	29	274

Lampiran 3

Kuesioner
Survei Kepuasan Konsumen 2012

RAHASIA



VKK12

SURVEI KEPUASAN KONSUMEN 2012

1. Petugas Pencacah / Pemeriksa : /

2. Tanggal Pencacahan / Pemeriksaan :2012 /2012

Blok I. Keterangan Konsumen Data

1. Nama instansi/institusi :
2. Alamat instansi/institusi :
3. Penanggung jawab pengisian
 - a. Nama :
 - b. Jabatan :
 - c. Jenis Kelamin : Laki-laki - 1 Perempuan - 2
 - d. Pendidikan terakhir yang ditamatkan : ≤ SLTA - 1 Diploma 4 / S1 - 3
Diploma 1 / 2 / 3 - 2 S2/S3 - 4
4. Fasilitas komunikasi utama dengan BPS : Website - 1 E-mail - 3 Lainnya (.....) - 5
Telepon/Faximile - 2 Surat - 4

Blok II. Data yang Diperlukan

No.	Jenis data yang diperlukan (<i>tulis dengan jelas dan lengkap</i>)	Kode data (<i>Diisi Editor</i>)	Level data (<i>kode</i>)	Periode data (<i>kode</i>)	Apakah data yang diperlukan dapat diperoleh? Ya, Sesuai - 1 *) Ya, Tdk Sesuai - 2 Tidak - 3	Tingkat Kepuasan (<i>kode</i>)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1		<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2		<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3		<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4		<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5		<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*) Data yang diinginkan tidak didapatkan walaupun akhirnya konsumen menggunakan data lain sebagai pengganti (misal: tahun series yang diinginkan tidak ada, sebagai gantinya tahun yang ada saja)

Kode level data kolom (4)

1. Nasional
2. Provinsi
3. Kabupaten/kota
4. Kecamatan
5. Desa/kelurahan
6. Individu/data mikro

Kode periode data kolom (5)

1. Sepuluh tahunan
2. Lima tahunan
3. Tiga tahunan
4. Tahunan
5. Semesteran
6. Triwulanan
7. Bulanan
8. Ad Hoc
9. Lainnya

Kode tingkat kepuasan kolom (7)

1. Sangat tidak memuaskan
2. Tidak memuaskan
3. Kurang memuaskan
4. Cukup memuaskan
5. Memuaskan
6. Sangat memuaskan

Blok III. Kepuasan Konsumen Data

Menurut pendapat Saudara, bagaimana **Tingkat Kepentingan** dan **Kinerja** faktor-faktor berikut: (beri tanda menurut pilihan Saudara)

Faktor Kualitas Pelayanan	TINGKAT KEPENTINGAN						KINERJA					
	Stp	Tp	Kp	Cp	P	Sp	Stm	Tm	Km	Cm	M	Sm
1. Kesigapan (Responsiveness)												
a. Kecepatan petugas ketika memberikan pelayanan kepada konsumen												
b. Penguasaan materi dan kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan												
c. Kesamaan pelayanan terhadap semua konsumen												
2. Keandalan (Reliability)												
a. Kelengkapan data menurut waktu dan wilayah baik <i>softcopy</i> maupun <i>hardcopy</i>												
b. Akurasi data (data dapat dipercaya)												
c. Kemutakhiran data (<i>up to date</i>)												
d. Kejelasan konsep dan definisi												
3. Ketersediaan Sarana (Tangible)												
a. Kemudahan akses <i>website</i> BPS dimanapun konsumen berada												
b. Kelengkapan data pada <i>website</i> BPS												
c. Kemudahan komunikasi melalui <i>e-mail</i> ke unit layanan												
d. Kemudahan komunikasi melalui telepon/ <i>faximile</i> ke unit layanan												
e. Kemudahan mendapatkan <i>softcopy</i> publikasi												
f. Kemudahan mendapatkan <i>hardcopy</i> publikasi												
4. Kepastian (Assurance)												
a. Kejelasan informasi tentang tersedianya buku/publikasi/data												
b. Kepercayaan terhadap independensi data BPS												
c. Ketepatan waktu dalam penerbitan buku/publikasi/data BPS												
d. Keyakinan terhadap kualitas data BPS												
e. Kewajaran biaya untuk pembelian <i>softcopy</i> publikasi												
f. Kewajaran biaya untuk pembelian <i>hardcopy</i> publikasi												
g. Kewajaran biaya untuk pembelian <i>rawdata</i>												
h. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian <i>softcopy</i> publikasi												
i. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian <i>hardcopy</i> publikasi												
j. Kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang ditetapkan untuk pembelian <i>rawdata</i>												
5. Keempatian (Empathy)												
a. Keramahan petugas selama pelayanan												
b. Kepedulian terhadap keluhan												
c. Upaya memberikan pelayanan yang optimal												

Keterangan kolom **Tingkat Kepentingan** dan **Kinerja** :

Tingkat Kepentingan :

Stp = Sangat tidak penting
 Tp = Tidak penting
 Kp = Kurang penting

Cp = Cukup penting
 P = Penting
 Sp = Sangat penting

Kinerja :

Stm = Sangat tidak memuaskan
 Tm = Tidak memuaskan
 Km = Kurang memuaskan

Cm = Cukup memuaskan
 M = Memuaskan
 Sm = Sangat memuaskan

Blok IV. Catatan

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK

Jl. dr. Sutomo No. 6-8 Jakarta 10710
Telp. : (021) 3841195, 3842508, 3810291-4, Fax. : (021) 3857046
Homepage : <http://www.bps.go.id> E-mail : bpsHQ@bps.go.id