



# **LAPORAN SURVEY KEPUASAN PUBLIK BADAN PELAKSANA OTORITA LABUAN BAJO FLORES**

## **TAHUN 2025**

Disiapkan oleh Gregorius A. Berybe



## **DAFTAR ISI ~ 1**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang ~ 3
- B. Rumusan Masalah ~ 5
- C. Tujuan Survey ~ 6
- D. Manfaat Survey ~ 7
- E. Ruang Lingkup Survey ~ 7

### **BAB II KAJIAN TEORI DAN KONSEP SURVEY IKM**

- A. Kajian Teori ~ 8
- B. Bias Representasi dan Ketimpangan Spasial dalam Survey Layanan Publik ~ 10
- C. Indikator Kinerja Utama ~ 10

### **BAB III METODOLOGI SURVEY IKM**

- A. Pendekatan Survey ~ 13
- B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling ~ 13
- C. Instrumen Penelitian ~ 15
- D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen ~ 15
- E. Teknik Analisis Data ~ 16
- F. Standar Kategorisasi Mutu Layanan ~ 17
- G. Perangkat Lunak Analisis ~ 17

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

- A. Hasil Survey IKM BPOLBF tahun 2025 ~ 18
  - 1. Profil Responden ~ 18
  - 2. Tahapan Screening ~ 25
  - 3. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Berbasis Unsur dan Formulasi ~ 26
  - 4. Analisis Capaian Unsur Pelayanan ~ 34

5. Analisis Komparatif Kontrol Bias (Composite Score vs Global Mean) ~ 35
6. Analisis Varian IKM Berbasis Bentuk Interaksi (n=228) ~ 36
7. Analisis Tabulasi Silang: Polarisasi Akses dan Bias Keterwakilan Publik (n=228) ~ 37
8. Analisis Tematik Jawaban Pertanyaan Terbuka ~ 39
9. Sintesis: Konfirmasi Silang Temuan Kuantitatif dan Kualitatif ~ 41

## **B. Pembahasan Hasil Survey IKM Divisi Komblik BPOLBF tahun 2026**

1. Capaian IKM sebesar 86,38 (Mutu B/Baik) ~ 43
2. Identifikasi pilar unggulan dan area kritis ~ 43
3. Strategi peningkatan layanan ~ 43
4. Pola keterlibatan berbasis pekerjaan ~ 44

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan ~ 45
- B. Saran ~ 47
- C. Penutup ~ 49

## **DAFTAR PUSTAKA ~ 51**

- Lampiran 1: Kuesioner Survey ~ 52
- Lampiran 2: Kuesioner Survey ~ 53

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

#### **1. Kondisi Umum dan Konteks Survei**

Badan Pelaksana Otorita Pariwisata Labuan Bajo Flores (BPOLBF) memiliki mandat strategis dalam pengembangan destinasi, penguatan kelembagaan, pemasaran, serta pengelolaan dukungan administratif dan komunikasi publik. Tahun 2025 menjadi fase konsolidasi program lintas direktorat yang semakin menuntut pengukuran kinerja berbasis data. Sebagai lembaga otorita yang berada di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF) memiliki mandat strategis dalam pengembangan kawasan pariwisata super prioritas Labuan Bajo serta wilayah koordinatif Flores, Alor, Lembata, dan Bima (Floratama). BPOLBF menjalankan fungsi pengembangan destinasi, penguatan industri dan kelembagaan pariwisata, pemasaran destinasi, serta komunikasi publik guna memperkuat ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing global.

Sebagai lembaga publik yang bersentuhan langsung dengan berbagai lapisan masyarakat, BPOLBF memiliki dua ruang kerja utama, yaitu kawasan otoritatif dan wilayah koordinatif. Kawasan otoritatif merupakan area yang berada di bawah pengelolaan langsung BPOLBF, salah satunya adalah kawasan Parapuar di Labuan Bajo yang sedang dikembangkan sebagai pusat aktivitas wisata berbasis alam, budaya, dan ekonomi kreatif. Sementara itu, wilayah koordinatif mencakup kawasan destinasi di wilayah Floratama (Flores, Alor, Lembata, serta dua kecamatan di Kabupaten Bima) yang pengembangannya dilakukan melalui koordinasi, fasilitasi, dan kolaborasi dengan pemerintah daerah serta pemangku kepentingan pariwisata.

Seiring dengan meningkatnya intensitas program pengembangan destinasi, event pariwisata, pemberdayaan pelaku usaha, serta komunikasi publik yang dilakukan

BPOLBF, interaksi antara lembaga dan masyarakat menjadi semakin luas. Program-program seperti pengembangan kapasitas sumber daya manusia pariwisata, dukungan terhadap pelaku UMKM, aktivasi kawasan wisata melalui event publik, serta kampanye pariwisata berkelanjutan secara langsung melibatkan berbagai kelompok masyarakat.

Oleh karena itu, pengukuran kinerja BPOLBF tidak hanya relevan dilakukan terhadap wisatawan sebagai pengguna destinasi, tetapi juga terhadap pemangku kepentingan lokal yang berinteraksi langsung dengan program dan layanan BPOLBF. Kelompok masyarakat yang menjadi sasaran evaluasi dalam survei ini meliputi masyarakat lokal, pelaku usaha pariwisata dan UMKM, komunitas kreatif dan pariwisata, peserta program BPOLBF, pengunjung event yang diselenggarakan atau didukung oleh BPOLBF, serta wisatawan yang berinteraksi dengan fasilitas dan aktivitas di kawasan pengembangan. Pengukuran kinerja berbasis persepsi publik menjadi instrumen penting dalam tata kelola modern. Bovaird & Löffler (2003) menegaskan bahwa evaluasi pelayanan publik harus memasukkan perspektif pengguna layanan sebagai bagian dari pengukuran kualitas governance.

Dengan melibatkan berbagai kelompok pemangku kepentingan tersebut, survei ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi publik terhadap kinerja BPOLBF, baik dari aspek pelayanan publik, efektivitas program, maupun dampaknya terhadap masyarakat dan pengembangan destinasi..

## **2. Dasar Kebijakan**

Pelaksanaan survei ini mengacu pada berbagai regulasi yang mengatur evaluasi pelayanan publik di Indonesia. Dasar regulatif utama yang digunakan adalah:

- a. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang menegaskan bahwa penyelenggara pelayanan publik wajib melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.
- b. Peraturan Menteri PANRB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat, yang menjadi acuan nasional dalam pelaksanaan survei kepuasan masyarakat.

Peraturan tersebut menetapkan bahwa pengukuran kepuasan masyarakat dilakukan melalui beberapa unsur pelayanan yang telah ditetapkan secara nasional sesuai pedoman yang berbunyi:

“Pengukuran tingkat kepuasan layanan dilakukan melalui sembilan unsur pelayanan yang meliputi persyaratan, sistem dan prosedur, waktu pelayanan, biaya/tarif, produk layanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, sarana prasarana, serta penanganan pengaduan Masyarakat”.

Dengan demikian, survey ini mengadopsi kerangka evaluasi pelayanan publik yang telah ditetapkan secara nasional, sehingga hasil survei dapat dibandingkan dengan standar evaluasi pelayanan publik pemerintah. Selain regulative, survey ini disusun dengan mempertimbangkan Prinsip akuntabilitas dan transparansi tata kelola pemerintahan serta Pendekatan evaluasi kinerja organisasi publik (Osborne, 2010). Survei ini juga selaras dengan prinsip pengukuran kinerja sektor publik yang menekankan agregasi indikator kuantitatif sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang Pelaksanaan Survey IKM pada Divisi Komunikasi Publik BPOLBF tahun 2025 yang dijelaskan sebelumnya, Maka survey ini dilaksanakan untuk menjawab tiga pertanyaan pokok yaitu:

1. Bagaimana capaian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada Divisi Komunikasi Publik BPOLBF berdasarkan sembilan unsur pelayanan publik sesuai PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017?
2. Unsur pelayanan mana yang menjadi kekuatan utama (sektor unggulan) dan mana yang menjadi area perbaikan kritis pada Divisi Komunikasi Publik BPOLBF?
3. Bagaimana Strategi Peningkatan layanan Divisi Komunikasi Publik BPOLBF berdasarkan sembilan unsur pelayanan publik sesuai PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017 dapat ditingkatkan berdasarkan temuan survey?
4. Bagaimana pola distribusi keterlibatan publik berdasarkan latar belakang demografis (pekerjaan) responden, dan apa implikasinya terhadap representativitas nilai IKM yang dihasilkan?

### **C. Tujuan Survey**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam Pelaksanaan Survey IKM pada Divisi Komunikasi Publik BPOLBF tahun 2025 yang dijelaskan sebelumnya, Maka survey ini dilaksanakan untuk menjawab tiga pertanyaan pokok yaitu:

1. Untuk Mengukur nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap kualitas layanan Divisi Komunikasi Publik BPOLBF secara komprehensif dan terstandarisasi berdasarkan regulasi yang berlaku.
2. Untuk Mengidentifikasi unsur pelayanan dengan capaian tertinggi sebagai referensi replikasi praktik terbaik, serta unsur dengan capaian terendah sebagai prioritas intervensi perbaikan.
3. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Peningkatan layanan Divisi Komunikasi Publik BPOLBF berdasarkan sembilan unsur pelayanan publik sesuai PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017 dapat ditingkatkan berdasarkan temuan survey.

4. Menganalisis pola distribusi keterlibatan publik berdasarkan latar belakang pekerjaan untuk mengidentifikasi potensi bias representasi dalam sampel survei dan memberikan landasan empiris bagi peningkatan inklusivitas program layanan BPOLBF.

#### **D. Manfaat Survey**

Hasil survey ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi BPOLBF, antara lain:

1. Menjadi dasar evaluasi terhadap kualitas pelayanan BPOLBF.
2. Menjadi bahan perumusan strategi peningkatan pelayanan publik.
3. Memberikan informasi mengenai persepsi masyarakat terhadap kinerja BPOLBF.
4. Mendukung pengambilan keputusan dalam pengembangan program dan kegiatan BPOLBF.
5. Menjadi dasar pengembangan inovasi pelayanan publik di sektor pariwisata.

Dengan demikian, survey ini tidak hanya menghasilkan pengukuran indeks kepuasan masyarakat, tetapi juga memberikan insight strategis mengenai kinerja dan dampak BPOLBF terhadap masyarakat dan pengembangan destinasi pariwisata.

#### **E. Ruang Lingkup Survey**

Survei ini difokuskan pada evaluasi kualitas layanan Divisi Komunikasi Publik BPOLBF, mencakup seluruh bentuk interaksi publik yang difasilitasi oleh divisi tersebut: penyelenggaraan event, program pelatihan dan mentoring, penyediaan akses informasi digital dan konvensional, serta layanan komunikasi langsung dengan staf, dengan total 260 responden yang memenuhi kriteria survei.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN KONSEP SURVEY IKM**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Konsep Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dalam Layanan Publik**

Kepuasan masyarakat terhadap layanan publik merupakan konstruk multidimensional yang mencerminkan perbandingan antara harapan pengguna layanan dengan persepsi aktual mereka terhadap kualitas layanan yang diterima (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988). Dalam konteks kelembagaan pemerintah Indonesia, pengukuran kepuasan masyarakat distandarisasi melalui mekanisme Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang diatur dalam Permenpan RB Nomor 14 Tahun 2017.

Regulasi ini menetapkan sembilan unsur pelayanan sebagai dimensi pengukuran yang wajib dievaluasi: (1) Persyaratan Pelayanan, (2) Sistem, Mekanisme, dan Prosedur, (3) Waktu Penyelesaian, (4) Biaya/Tarif, (5) Produk Spesifikasi Jenis Layanan, (6) Kompetensi Pelaksana, (7) Perilaku Pelaksana, (8) Penanganan Pengaduan, Saran, dan Masukan, serta (9) Sarana dan Prasarana. Kesembilan unsur ini secara kolektif merepresentasikan spektrum pengalaman pengguna layanan publik secara komprehensif.

Komunikasi publik yang efektif berperan dalam membangun legitimasi dan partisipasi publik. UNESCO (2021) menyatakan bahwa “transparent and inclusive communication strengthens democratic governance and citizen trust” (p. 9). Kejelasan informasi, aksesibilitas, dan konsistensi pesan menjadi indikator komunikasi publik yang baik.

## **2. Pendekatan Indeks Komposit Berbobot**

Metodologi pengukuran konstruk kepuasan menurut Babbie (2020) membedakan secara tegas antara indeks dan skala: indeks merupakan penggabungan beberapa item indikator dengan pembobotan yang proporsional, sementara penjumlahan kasar tanpa mempertimbangkan struktur indikator berpotensi menurunkan validitas pengukuran. Prinsip ini menjadi landasan teknis kalkulasi IKM dalam laporan ini.

Pengukuran kinerja modern menggunakan pendekatan indeks komposit menurut OECD (2008), memungkinkan agregasi berbagai indikator menjadi satu ukuran sintetis yang memudahkan evaluasi kebijakan dan perbandingan kinerja antar unit organisasi. Model ini menjadi dasar pembentukan Indeks SKM dan Indeks Kinerja Komposit dalam Survey 2025. Karena setiap unsur pelayanan diwakili oleh jumlah pertanyaan yang berbeda (1 pertanyaan untuk U4 hingga 5 pertanyaan untuk U5 dan U9), penghitungan IKM total dilakukan melalui pendekatan dua tahap: menghitung rata-rata per unsur terlebih dahulu, kemudian merata-ratakan nilai unsur secara setara. Pendekatan ini konsisten dengan PermenPANRB yang menetapkan bobot yang sama untuk setiap unsur

## **3. Kinerja Publik dan Kualitas Layanan Sektor Pariwisata**

Pengukuran kinerja dalam sektor publik merupakan mekanisme evaluatif yang digunakan untuk memastikan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan. Dalam perspektif tata kelola modern, OECD (2017) menyatakan bahwa *“performance measurement systems in public governance must support strategic decision-making and enable accountability across administrative units”* (p. 38). Konteks pariwisata, kualitas layanan informasi memiliki posisi strategis yang berbeda dari sektor jasa konvensional. Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa

dalam destination marketing, kualitas komunikasi publik lembaga pariwisata secara langsung memengaruhi persepsi destinasi, niat kunjungan, dan kepercayaan pemangku kepentingan. *Teori Customer Experience Management* (Gentile et al., 2007) menekankan bahwa intensitas dan modalitas kontak antara pengguna layanan dengan institusi secara signifikan membentuk konstruksi persepsi kepuasan. Pernyataan diatas mendukung sistem pengukuran kinerja harus memungkinkan evaluasi lintas unit organisasi dan menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks Indonesia, pengukuran kepuasan masyarakat menjadi instrumen formal evaluasi pelayanan publik sebagaimana diatur dalam PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017.

## **B. Bias Representasi dan Ketimpangan Spasial dalam Survey Layanan Publik**

Literatur metodologi penelitian survei (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2019) memperingatkan bahwa nilai indeks kepuasan yang tinggi tidak serta-merta mencerminkan kualitas layanan yang merata apabila komposisi sampel didominasi oleh kelompok-kelompok tertentu yang memiliki aksesibilitas lebih baik. Dalam konteks BPOLBF, risiko ini muncul dari dua dimensi: (a) bias sectoral: dominasi kelompok formal (ASN, mahasiswa); dan (b) bias spasial: konsentrasi responden di sekitar pusat operasional Labuan Bajo. Kedua risiko ini diuji secara inferensial menggunakan analisis tabulasi silang dalam Sub-bab 4.7.

## **C. Indikator Kinerja Utama**

### **1. Sembilan (9) unsur Pelayanan Publik**

Indeks Kepuasan Masyarakat dalam survei ini mengacu pada pedoman yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan

Publik. Dalam regulasi tersebut, pengukuran kepuasan masyarakat dilakukan melalui sembilan unsur pelayanan publik yang menjadi indikator utama evaluasi kualitas layanan pemerintah. Sembilan unsur pelayanan publik tersebut meliputi:

- a. Persyaratan pelayanan.
- b. Sistem, mekanisme, dan prosedur pelayanan.
- c. Waktu penyelesaian pelayanan.
- d. Biaya atau tarif pelayanan.
- e. Produk spesifikasi jenis pelayanan.
- f. Kompetensi pelaksana.
- g. Perilaku pelaksana.
- h. Penanganan pengaduan, saran, dan masukan.
- i. Sarana dan prasarana pelayanan

Kesembilan unsur tersebut menjadi dasar normatif dalam pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). Unsur-unsur tersebut mencerminkan dimensi utama kualitas pelayanan publik yang berkaitan dengan kejelasan prosedur, efektivitas pelaksanaan layanan, profesionalisme aparatur, serta ketersediaan fasilitas pendukung pelayanan.

Namun demikian, dalam konteks organisasi pengembangan destinasi seperti BPOLBF, dimensi pelayanan publik tidak hanya terbatas pada interaksi administratif antara masyarakat dan aparatur, tetapi juga mencakup aspek komunikasi publik, koordinasi kelembagaan, serta dampak program terhadap masyarakat dan ekosistem pariwisata. Oleh karena itu, dalam Survey 2025 dilakukan pengembangan kerangka pengukuran dengan menambahkan indikator kinerja tambahan yang relevan dengan karakteristik organisasi dan tuntutan tata kelola publik modern.

## 2. Pemetaan Teori dan Indikator Survey

Kerangka pengukuran dalam Survey Kepuasan Masyarakat Divisi Komunikasi Publik BPOLBF Tahun 2025 disusun melalui pendekatan konstruk berdasarkan Dimensi Teoritis yang digunakan sebagai referensi utama dalam relevansinya dengan survey ini. Hal ini tertuang pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual Survei IKM Komblik BPOLBF 2025

| <b>DIMENSI TEORITIS</b> | <b>KONSEP UTAMA</b>                           | <b>RELEVASI SURVEY</b>                              |
|-------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Kualitas Layanan Publik | Gap Model (Parasuraman et al., 1988)          | Basis pengukuran 9 unsur IKM PermenPANRB            |
| Indeks Komposit         | Indeks vs Skala (Babbie, 2020)                | Justifikasi pembobotan berjenjang sektoral          |
| Pengalaman Pelanggan    | CEM (Gentile et al., 2007)                    | Varians IKM antar modalitas interaksi (4.8)         |
| Komunikasi Pariwisata   | Destination Marketing (Kotler & Keller, 2016) | Posisi strategis Divisi Komblik BPOLBF              |
| Bias Representasi       | Sampling Methodology (Creswell, 2018)         | Analisis tabulasi silang pekerjaan & domisili (4.7) |

Sumber: Tim Survey (2026)

## **BAB III**

### **METODOLOGI SURVEY IKM**

#### **A. Pendekatan Survey**

Penelitian ini menggunakan desain survei kuantitatif deskriptif-inferensial dengan pendekatan evaluatif (evaluative research design). Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama survei adalah menghasilkan penilaian terukur dan terstandarisasi tentang kualitas pelayanan publik berdasarkan persepsi masyarakat, sesuai dengan amanat PermenPAN RB Nomor 14 Tahun 2017. Analisis data dilakukan secara berjenjang: dari statistik deskriptif, kalkulasi indeks komposit berbobot, uji reliabilitas instrument. Tambahan akhir adalah analisis inferensial berupa tabulasi silang (Chi-Square, Cramer's V).

#### **B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

##### **1. Populasi Survey**

Populasi dalam survey ini adalah masyarakat dan pemangku kepentingan yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan atau program BPOLBF. Kelompok responden dalam survey ini meliputi:

- a. Peserta program BPOLBF.
- b. Pelaku UMKM.
- c. Instansi Pemerintah
- d. NGO atau LSM
- e. Akademisi.
- f. Media
- g. Komunitas pariwisata.
- h. Pelaku usaha pariwisata.
- i. Pengunjung kegiatan atau event BPOLBF.
- j. Wisatawan yang mengikuti aktivitas BPOLBF

Pendekatan ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat terhadap kinerja BPOLBF.

## **2. Sample Survey**

Salah satu tantangan metodologis dalam survei kepuasan masyarakat adalah kemungkinan terjadinya bias responden, terutama ketika responden memberikan penilaian terhadap lembaga tanpa memiliki pengalaman interaksi langsung dengan lembaga tersebut. Bias responden dapat menyebabkan hasil survei menjadi kurang representatif karena responden memberikan penilaian berdasarkan persepsi umum, bukan pengalaman langsung.

Untuk meminimalkan bias tersebut, survey ini menggunakan pertanyaan penyaring (*screening question*) yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat interaksi responden dengan BPOLBF. Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat dalam survey ini terutama dihitung dari responden yang memiliki pengalaman interaksi langsung dengan BPOLBF. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Total sampel yang berhasil dijaring adalah 260 responden. Dari jumlah tersebut, sebanyak 228 orang (87,7%) dinyatakan memenuhi kriteria inklusi tahap screening dan menjadi dasar analisis lanjutan pada Sub-bab 4.7 dan 4.8.

## **3. Penentuan Jumlah Sampel**

Penentuan jumlah sampel dalam survey ini menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang relatif besar dengan tingkat kesalahan tertentu.

Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Dalam survey ini, jumlah responden yang ditargetkan adalah sekitar 250 responden, yang dianggap cukup untuk memberikan gambaran representatif mengenai persepsi masyarakat terhadap kinerja BPOLBF.

### C. Instrumen Penelitian

Instrumen survei berbentuk kuesioner terstruktur yang terdiri dari tiga bagian: (1) Bagian I: profil demografis responden; (2) Bagian II: tahapan screening interaksi; dan (3) Bagian III: 30 item pertanyaan (Q1–Q30) dengan skala Likert 4 poin (1=Sangat Tidak Setuju; 4=Sangat Setuju), dikelompokkan dalam sembilan unsur pelayanan sesuai PermenPAN RB Nomor 14 Tahun 2017:

Tabel 3.1 Matriks Instrumen Pengukuran IKM per Unsur Pelayanan

| Kode Unsur                   | Unsur Pelayanan                          | Kode Item       | Jumlah Indikator |
|------------------------------|------------------------------------------|-----------------|------------------|
| U1                           | Persyaratan Pelayanan                    | Q1 – Q3         | 3 - Item         |
| U2                           | Sistem, Mekanisme, dan Prosedur          | Q4 – Q6         | 3 - item         |
| U3                           | Waktu Penyelesaian                       | Q7 – Q8         | 2 - item         |
| U4                           | Biaya / Tarif                            | Q9              | 1- item          |
| U5                           | Produk Spesifikasi Jenis Layanan         | Q10 – Q14       | 5 - item         |
| U6                           | Kompetensi Pelaksana                     | Q15 – Q18       | 4 - item         |
| U7                           | Perilaku Pelaksana                       | Q19 – Q21       | 3 - item         |
| U8                           | Penanganan Pengaduan, Saran, dan Masukan | Q22 – Q25       | 4 - item         |
| U9                           | Sarana dan Prasarana                     | Q26 – Q30       | 5 - item         |
| <b>Total Item Pertanyaan</b> |                                          | <b>Q1 – Q30</b> | <b>30 - item</b> |

Sumber: Adaptasi PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017.

### D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen diverifikasi melalui uji Coefficient Alpha (Cronbach's Alpha) menggunakan perangkat lunak JASP. Hasil uji menunjukkan nilai Coefficient  $\alpha = 0,987$  dengan interval kepercayaan 95% antara 0,983 hingga 0,991, yang termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi (excellent reliability) menurut standar George & Mallery

(2003). Nilai item-rest correlation seluruh 30 item berada di rentang 0,749 hingga 0,888, mengkonfirmasi kontribusi diskriminatif yang kuat dari setiap item

## **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam survey Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Divisi Komunikasi Publik Badan Pelaksana Otorita Pariwisata Labuan Bajo Flores ini terbagi dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Profil Responden: distribusi frekuensi dan persentase untuk seluruh variabel demografis.
2. Kalkulasi IKM Berbobot Sektoral: rata-rata per unsur (U1–U9) melalui Computed Columns JASP, dirata-ratakan setara, lalu dikonversi dengan rumus Nilai Indeks =  $SKOR\_IKM \times 25$ .
3. Analisis Komparatif Bias: perbandingan SKOR\_IKM berbobot (3,455) vs global mean langsung (3,451) untuk mendeteksi distorsi struktural.
4. Analisis Tabulasi Silang Inferensial: Chi-Square dan Cramer's V pada subsampel N=228 untuk menguji hubungan bentuk interaksi  $\times$  pekerjaan ( $p=0,179$ ) dan domisili ( $p=0,001$ ;  $V=0,302$ ).
5. Analisis Tematik Jawaban Terbuka: *thematic clustering* kualitatif terhadap 128 jawaban substantif dari pertanyaan terbuka, menghasilkan 6 tema utama dengan 153-unit kode.

### **a. Justifikasi Akademik**

Penelitian evaluasi pelayanan publik, statistik deskriptif berbasis indeks merupakan pendekatan yang umum digunakan untuk mengukur persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengubah data persepsi responden menjadi nilai indeks yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja pelayanan publik.

### b. Justifikasi Tujuan Survei

Tujuan utama survei ini adalah menghasilkan Indeks Kepuasan Masyarakat dan Indeks Kinerja BPOLBF, sehingga analisis statistik deskriptif berbasis indeks dianggap paling sesuai untuk mencapai tujuan tersebut.

### c. Justifikasi Regulatif

Penggunaan analisis berbasis indeks juga sejalan dengan pedoman resmi pemerintah. Dalam pedoman Survei Kepuasan Masyarakat dinyatakan bahwa “Pengolahan data survei kepuasan masyarakat dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata setiap unsur pelayanan yang kemudian dikonversi menjadi nilai indeks kepuasan masyarakat.”

## F. Standar Kategorisasi Mutu Layanan

Tabel 3.2 Rentang Kategorisasi Mutu Layanan IKM sesuai PermenPAN RB No. 14 Tahun 2017

| Nilai Indeks Konversi        | Nilai Mutu Layanan | Kinerja Unit Pelayanan | Keterangan                               |
|------------------------------|--------------------|------------------------|------------------------------------------|
| 25,00 – 43,75                | D                  | Tidak Baik             | Perlu perbaikan menyeluruh               |
| 43,76 – 62,50                | C                  | Kurang Baik            | Perlu perbaikan prioritas                |
| 62,51 – 81,25                | B                  | Baik                   | Pertahankan dan tingkatkan               |
| 81,26 – 100,00               | A                  | Sangat Baik            | Pertahankan sebagai <i>best practice</i> |
| <b>Capaian BPOLBF: 86,38</b> | <b>B</b>           | <b>Baik</b>            | <b>Dalam rentang 81,26 – 100,00</b>      |

Sumber: PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017 (diadaptasi)

## G. Perangkat Lunak Analisis

Seluruh proses pengolahan data statistik menggunakan perangkat lunak JASP (*Jeffreys's Amazing Statistics Program*). JASP dipilih karena menyediakan fitur *Computed Columns* untuk kalkulasi indeks berbobot, uji reliabilitas unidimensional, statistik deskriptif komprehensif, serta analisis tabulasi silang inferensial dalam satu platform terintegrasi. Data primer dikumpulkan melalui formulir digital terstruktur.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Survey IKM BPOLBF tahun 2025

##### 1. Profil Responden

Analisis terhadap profil demografi responden bertujuan memberikan deskripsi komprehensif mengenai karakteristik masyarakat yang menilai kualitas pelayanan publik pada Divisi Komunikasi Publik BPOLBF. Melalui pemetaan ini, keterwakilan (representativitas) data survei dapat dipertanggungjawabkan sesuai prinsip generalisasi sampel kuantitatif (Sugiyono, 2019).

##### a. Jenis Kelamin dan Usia Responden

Berdasarkan parameter jenis kelamin, mayoritas responden adalah Perempuan sebanyak 158 orang (60,8%), sedangkan Laki-laki tercatat sebanyak 102 orang (39,2%). Dari aspek usia, sebaran didominasi kuat oleh kelompok 18–30 tahun sebesar 58,5% (152 responden), diikuti 31–40 tahun sebesar 24,6% (64 responden), 41–51 tahun sebesar 11,5% (30 responden), dan di atas 51 tahun sebesar 5,4% (14 responden). Tingginya partisipasi kelompok usia muda mencerminkan bahwa program komunikasi publik BPOLBF sangat adaptif terhadap karakteristik digital natives.

Tabel 4.1 Frekuensi Jenis Kelamin

| JK        | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Laki-laki | 102       | 39.2    | 39.2          | 39.2               |
| Perempuan | 158       | 60.8    | 60.8          | 100.0              |
| Missing   | 0         | 0.0     |               |                    |
| Total     | 260       | 100.0   |               |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Dari aspek usia, sebaran responden didominasi kuat oleh kelompok usia 18–30 tahun sebesar 58,5% (152 responden), diikuti klaster usia 31–40 tahun sebesar 24,6% (64 responden). Tingginya partisipasi kelompok usia muda dan produktif ini menandakan bahwa program informasi serta media komunikasi publik yang diusung oleh BPOLBF sangat adaptif terhadap karakteristik digital natives (Generasi Z dan Milenial). Kelompok usia produktif ini memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, sehingga sangat peka dalam mengevaluasi mutu layanan informasi.

Tabel 4.2 Frekuensi Usia

| Usia                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 18 – 30 tahun       | 152       | 58.5    | 58.5          | 58.5               |
| 31 – 40 tahun       | 64        | 24.6    | 24.6          | 83.1               |
| 41 – 51 tahun       | 30        | 11.5    | 11.5          | 94.6               |
| Lebih dari 51 tahun | 14        | 5.4     | 5.4           | 100.0              |
| Missing             | 0         | 0.0     |               |                    |
| Total               | 260       | 100.0   |               |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

#### **b. Latar Belakang Pendidikan dan Sumber Informasi**

Kualitas opini, kedalaman persepsi, maupun penilaian yang diberikan oleh responden secara tidak langsung dipengaruhi oleh tingkat pendidikan akhir mereka, yang dalam ranah metodologi dipandang sebagai cerminan kapasitas kognitif serta kematangan berpendapat (Creswell, 2018). Distribusi tingkat pendidikan dalam survei ini menunjukkan sebaran yang sangat variatif namun didominasi oleh kelompok berpendidikan tinggi.

Secara rinci, klaster terbesar responden didominasi kuat oleh lulusan Diploma IV / Sarjana (S1), yaitu sebanyak 162 orang (62,3%). Dominasi akademis ini kemudian didukung oleh keterwakilan responden pada jenjang pendidikan tinggi pascasarjana, yang meliputi lulusan Magister / S2 sebanyak 30 orang (11,5%) dan lulusan Doktoral / S3 sebanyak 3 orang (1,2%). Adanya akumulasi sebesar 75% responden dari kalangan sarjana dan pascasarjana ini memberikan justifikasi metodologis yang kokoh bahwa pengisian instrumen kuesioner ini dilakukan oleh kelompok masyarakat yang memiliki basis berpikir logis, rasional, objektif, serta dapat diandalkan (highly reliable).

Tabel 4.3 Frekuensi Latar Belakang Pendidikan

| Pend                | Frekuensi | Persentase | Valid Persentase | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|------------|------------------|--------------------|
| SMA/SMK/Sederajat   | 33        | 12.7       | 12.7             | 12.7               |
| Diploma I, II, III  | 32        | 12.3       | 12.3             | 25.0               |
| Diploma IV/ Sarjana | 162       | 62.3       | 62.3             | 87.3               |
| Magister / S2       | 30        | 11.5       | 11.5             | 98.8               |
| Doktoral / S3       | 3         | 1.2        | 1.2              | 100.0              |
| Missing             | 0         | 0.0        |                  |                    |
| Total               | 260       | 100.0      |                  |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Preferensi akses informasi, Instagram secara mutlak menjadi saluran komunikasi utama. Di sisi lain, survei ini tetap menjaga prinsip inklusivitas data dengan menjaring penilaian dari kelompok masyarakat berpendidikan menengah dan vokasi. Hal ini dibuktikan dengan masuknya data responden berlatar belakang SMA / SMK / Sederajat sebesar 12,7% (33 orang) serta lulusan Diploma I / II / III sebesar 12,3% (32 orang). Kehadiran kelompok responden non-sarjana ini sangat krusial untuk mengeliminasi bias elitisme dalam survei publik. Penilaian dari lulusan

SMA/SMK dan Diploma memastikan bahwa potret Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) sebesar 86.38 yang didapatkan benar-benar merepresentasikan sudut pandang masyarakat heterogen pada berbagai lapisan sosial-ekonomi di wilayah kerja BPOLBF.

Dalam hal preferensi akses terhadap informasi lembaga, Instagram secara mutlak menjadi saluran komunikasi utama publik yang paling dikenal, dengan persentase mencapai 60,0% (156 responden), jauh mengungguli Website Resmi BPOLBF (18,8%) dan Kanal Berita Digital (9,6%). Jika dikorelasikan dengan profil pendidikan di atas, terlihat adanya pola menarik: meskipun mayoritas responden adalah kaum akademisi berpendidikan tinggi (S1-S3), mereka tetap lebih memilih mengonsumsi informasi publik melalui platform visual-digital yang taktis dan interaktif. Temuan ini memberikan indikasi strategis bagi Divisi Komunikasi Publik BPOLBF bahwa strategi diseminasi informasi kepariwisataan Floratama berbasis infografis dan video pendek di Instagram memiliki daya jangkauan (reach) yang jauh lebih efektif, relevan, dan efisien untuk menyasar masyarakat terdidik di era modern.

| Sumber: Data Primer melalui (2026)     |  | Tabel 4.4 Frekuensi Sumber Informasi |           |         |               |                    |
|----------------------------------------|--|--------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Diolah JASP                            |  | Ssumber. Informasi                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| <b>c. Pekerjaan dan Asal Responden</b> |  | Website Resmi BPOLBF                 | 49        | 18.8    | 19.1          | 19.1               |
|                                        |  | Instagram                            | 156       | 60.0    | 60.7          | 79.8               |
|                                        |  | Facebook                             | 19        | 7.3     | 7.4           | 87.2               |
|                                        |  | Tiktok                               | 8         | 3.1     | 3.1           | 90.3               |
|                                        |  | Kanal Berita digital                 | 25        | 9.6     | 9.7           | 100.0              |
|                                        |  | Missing                              | 3         | 1.2     |               |                    |
|                                        |  | Total                                | 260       | 100.0   |               |                    |

Keragaman latar belakang profesi responden secara teoretis mencerminkan sejauh mana layanan informasi Divisi Komunikasi Publik BPOLBF mampu menyentuh berbagai elemen pemangku kepentingan (multi-stakeholder). Namun,

dari perspektif metodologi sampling, distribusi pekerjaan dalam survei ini memperlihatkan ketimpangan yang cukup mencolok.

Terdapat poin plus dalam hal inklusivitas kelompok. Survei ini berhasil menjangkau opini dari pilar-pilar penting ekosistem pentahelix, mulai dari Instansi Pemerintah selaku birokrasi sebanyak 71 orang (27,3%), Mahasiswa/Pelajar selaku akademisi sebanyak 56 orang (21,5%), hingga para pelaku riil di lapangan seperti Dosen/Guru (7,7%), Pelaku Usaha Pariwisata (5,4%), dan Pelaku Ekonomi Kreatif/UMKM (4,6%). Sisanya tersebar kecil pada Pekerja Media (1,9%), Wisatawan (2,3%), NGO/LSM (1,2%), Asosiasi (0,4%), serta Komunitas Kreatif (0,4%).

Namun, di sisi lain, aspek negatif dari sebaran yang tidak merata ini tidak dapat diabaikan. Dominasi yang terlalu kuat dari sektor Instansi Pemerintah (27,3%) dan Mahasiswa (21,5%) yang secara akumulatif menguasai hampir separuh total data berpotensi memicu bias penilaian (response bias). Kelompok birokrasi dan akademisi cenderung memiliki pola pandang yang lebih formal dan terstruktur, yang mungkin berbeda jauh dengan realitas kebutuhan masyarakat akar rumput atau pelaku usaha kecil.

Catatan kritis, representasi dari aktor-aktor kunci lapangan seperti Asosiasi dan Komunitas Kreatif/Seni hanya diwakili oleh masing-masing 1 orang (0,4%). Keterwakilan yang bersifat "simbolis" atau sekadar ada ini secara statistik tidak memiliki kekuatan untuk menggeneralisasikan aspirasi kelompok mereka. Akibatnya, nilai IKM total sebesar 86.38 rentan over-representatif terhadap sudut pandang pegawai pemerintah/pelajar, namun kurang sensitif (under-represented) dalam menangkap keluhan atau ekspektasi riil dari komunitas seni dan asosiasi profesi pariwisata yang justru menjadi mitra strategis BPOLBF di lapangan.

Tabel 4.5 Frekuensi Pekerjaan

| Pekerjaan                     | Frekuensi | Persentase | Valid Persentase | Cumulative Percent |
|-------------------------------|-----------|------------|------------------|--------------------|
| Pekerja Media                 | 5         | 1.9        | 1.9              | 1.9                |
| Asosiasi                      | 1         | 0.4        | 0.4              | 2.3                |
| Dosen atau Guru               | 20        | 7.7        | 7.7              | 10.0               |
| Mahasiswa atau Pelajar        | 56        | 21.5       | 21.5             | 31.5               |
| Instansi Pemerintah           | 71        | 27.3       | 27.3             | 58.8               |
| Pelaku Ekonomi Kreatif (UMKM) | 12        | 4.6        | 4.6              | 63.5               |
| Pelaku Usaha Pariwisata       | 14        | 5.4        | 5.4              | 68.8               |
| Peserta Program BPOLBF        | 2         | 0.8        | 0.8              | 69.6               |
| Pengunjung event BPOLBF       | 2         | 0.8        | 0.8              | 70.4               |
| Komunitas kreatif (seni)      | 1         | 0.4        | 0.4              | 70.8               |
| NGO atau LSM                  | 3         | 1.2        | 1.2              | 71.9               |
| Wisatawan                     | 6         | 2.3        | 2.3              | 74.2               |
| Lainnya....                   | 67        | 25.8       | 25.8             | 100.0              |
| Missing                       | 0         | 0.0        |                  |                    |
| Total                         | 260       | 100.0      |                  |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Analisis geografis responden memberikan gambaran mengenai efektivitas sebaran informasi sekaligus memperlihatkan tantangan polarisasi wilayah kerja BPOLBF yang mencakup Flores, Lembata, Alor dan Bima (Floratama).

Poin plus yang terlihat dari data ini adalah luasnya daya jangkauan promosi eksternal lembaga. Masuknya kategori Lainnya (Luar Wilayah Floratama) sebesar 29,2% (76 responden) membuktikan bahwa Divisi Komunikasi Publik BPOLBF sukses menarik perhatian audiens secara nasional, termasuk para wisatawan luar daerah dan mitra kerja makro. Selain itu, pusat operasional di Kabupaten Manggarai Barat berhasil dijaring secara maksimal dengan kontribusi 42,3% (110 responden).

Kendati demikian, aspek negatif yang sangat kontras terlihat pada jangkauan antar-kabupaten di daratan Floratama yang sangat timpang. Terjadi konsentrasi data yang terlalu padat di wilayah Manggarai Raya (Manggarai Barat 42,3%, Manggarai 12,3%, dan Manggarai Timur 5,8%). Sementara itu, wilayah Flores bagian tengah hingga timur serta pulau penyangga mengalami penurunan partisipasi yang drastis, seperti Ngada (3,8%), Nagekeo (1,9%), Ende (1,2%), Sikka (1,2%), dan Flores Timur (0,8%).

Kondisi ekstrem terjadi pada Kabupaten Lembata (0,4%) dan daerah transisi Kabupaten Bima (0,4%) yang hanya diwakili oleh 1 orang responden. Dari kacamata metodologi spasial, sebaran yang sangat minim ini memunculkan keterbatasan serius. Suara atau penilaian dari satu orang di Lembata atau Alor (0,8%) jelas tidak dapat dianggap mewakili persepsi seluruh masyarakat di kabupaten tersebut terkait kinerja publikasi BPOLBF.

Ketidakmerataan ini menjadi catatan evaluasi objektif bagi manajemen: meskipun secara makro nilai IKM tergolong "Baik", angka tersebut sebenarnya masih terpolarisasi oleh opini masyarakat di sekitar Labuan Bajo (Manggarai Barat) dan luar NTT. Efektivitas penetrasi informasi, kedekatan program, dan kehadiran digital BPOLBF di kabupaten-kabupaten penyangga seperti Lembata, Alor, dan Flores bagian timur masih sangat lemah dan membutuhkan strategi pendekatan komunikasi yang jauh lebih agresif serta merata ke depannya

Tabel 4.6 Frekuensi Asal atau domisili

| Domisili        | Frekuensi | Persentase | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|------------|---------------|--------------------|
| Manggarai Barat | 110       | 42.3       | 42.3          | 42.3               |
| Manggarai       | 32        | 12.3       | 12.3          | 54.6               |
| Manggarai Timur | 15        | 5.8        | 5.8           | 60.4               |

Tabel 4.6 Frekuensi Asal atau domisili

| Domisili     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Ngada        | 10        | 3.8     | 3.8           | 64.2               |
| Nagakeo      | 5         | 1.9     | 1.9           | 66.2               |
| Ende         | 3         | 1.2     | 1.2           | 67.3               |
| Maumere      | 3         | 1.2     | 1.2           | 68.5               |
| Flores Timur | 2         | 0.8     | 0.8           | 69.2               |
| Lembata      | 1         | 0.4     | 0.4           | 69.6               |
| Alor         | 2         | 0.8     | 0.8           | 70.4               |
| Bima         | 1         | 0.4     | 0.4           | 70.8               |
| Lainnya      | 76        | 29.2    | 29.2          | 100.0              |
| Missing      | 0         | 0.0     |               |                    |
| Total        | 260       | 100.0   |               |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

## 2. Tahapan Screening

Berdasarkan data screening, sebanyak 228 responden (87,7%) menyatakan secara sah pernah berinteraksi, mengikuti, atau mengetahui program kerja BPOLBF melalui sedangkan 32 responden atau 12,3% belum pernah berinteraksi langsung dengan BPOLBF.

Tabel 4.7 Frekuensi interaksi

| Freq Interaksi | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Ya             | 228       | 87.7    | 87.7          | 87.7               |
| Tidak          | 32        | 12.3    | 12.3          | 100.0              |
| Missing        | 0         | 0.0     |               |                    |
| Total          | 260       | 100.0   |               |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Selanjutnya, instrument kuesioner juga menanyakan bentuk interaksi antara responden dengan BPOLBF. Keterlibatan publik terbesar terjadi melalui Event-event yang diadakan atau dikerjasamakan dengan BPOLBF (31,2%), diikuti oleh bentuk

keterlibatan lainnya (atau diluar 4 indikator) yaitu 30% atau 78 responden. Selanjutnya disusul oleh pemanfaatan Akses informasi online/offline (19,6%) setara 51 responden dan keikutsertaan dalam Program Pelatihan/Mentoring/Seminar (19,2%) atau 50 responden.

Tabel 4.8 Bentuk Interaksi dengan BPOLBF

| Bentuk Interaksi anda dengan BPOLBF                                      | Frekuensi | Persentase | Valid Persentase | Cumulative Percent |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|------------------|--------------------|
| Program Pelatihan/Mentoring/Sosialisasi/seminar atau kegiatan sejenisnya | 50        | 19.2       | 19.2             | 19.2               |
| Event-event yang diadakan oleh BPOLBF atau bekerja sama dengan BPOLBF    | 81        | 31.2       | 31.2             | 50.4               |
| Akses informasi baik secara online maupun offline                        | 51        | 19.6       | 19.6             | 70.0               |
| Lainnya                                                                  | 78        | 30.0       | 30.0             | 100.0              |
| Missing                                                                  | 0         | 0.0        |                  |                    |
| Total                                                                    | 260       | 100.0      |                  |                    |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Pola distribusi interaksi ini memberikan landasan validitas yang kuat bagi laporan survei ini. Artinya, angka indeks kepuasan diukur bukan dari persepsi asumsi atau sekadar opini kosong masyarakat umum, melainkan murni bersumber dari pengalaman empiris (direct user experience) masyarakat mencapai 87,7% dari total responden yang secara nyata pernah menyerap produk layanan dan program kerja Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores.

### 3. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Berbasis Unsur dan Formulasi

#### a. Rekapitulasi Karakteristik Indeks Komposit

Penilaian kinerja pelayanan publik pada Divisi Komunikasi Publik (Komblik) BPOLBF, analisis data dilakukan secara berjenjang mengacu pada **Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat yang diatur dalam**

**PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017.** Berdasarkan data terkumpul tanggal 8 Juni 2026, dari 260 responden yang memenuhi kualifikasi penyaringan (*screening*), diperoleh nilai rata-rata (*Mean*) murni JASP pada setiap unsur yang kemudian ditransformasikan ke dalam nilai indeks konversi (skala 25–100).

Secara makro, **Nilai Total IKM Divisi Komunikasi Publik BPOLBF berada pada angka 3.455**, yang setelah dikonversikan menghasilkan **Nilai Indeks Akhir sebesar 86.38**. Berdasarkan rentang ambang batas regulasi, capaian ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan instansi secara keseluruhan berada pada Mutu B dengan Kategori Kinerja BAIK.

Dalam kerangka metodologis, pendekatan ini selaras dengan prinsip Babbie (2020) mengenai perbedaan antara indeks dan skala: IKM yang digunakan di sini berupa indeks komposit yang menggabungkan beberapa item indikator, tetapi tetap harus diperlakukan dengan pembobotan yang proporsional agar tidak merusak validitasnya. PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017 menekankan bahwa setiap unsur pelayanan memiliki bobot yang sama, sehingga perkembangan konsep indeks ini sejalan dengan pandangan Babbie (2020) bahwa perataan langsung tanpa mempertimbangkan struktur jumlah indikator justru dapat menurunkan validitas.

#### **b. Formulasi Perhitungan dan Kontrol Bobot Sektoral**

Metodologi penelitian evaluasi pelayanan publik, penting untuk membedakan secara tegas antara teknik pengolahan data dan bentuk hasil akhir analisis yang diperoleh. Pembobotan Berjenjang (*Weighting*) merupakan proses atau teknik kalkulasi statistik sektoral yang dieksekusi melalui fitur *Computed Columns* pada perangkat lunak JASP. Sementara itu, Indeks Komposit adalah wujud atau nama ilmiah dari produk akhir representatif berupa rata-rata SKOR

IKM murni sebesar 3.455 yang berhasil disintesis dari keseluruhan pilar variabel penentu.

Melalui pemahaman dikotomi ini, justifikasi matematis dilakukan guna memastikan validitas nilai akhir penunjang mutu pelayanan. Penting untuk dicatat bahwa dalam kalkulasi akhir IKM total ini tidak menggunakan nilai rata-rata langsung (global mean) dari akumulasi seluruh item pertanyaan (Q1 sampai Q30). Jika dihitung menggunakan rata-rata langsung dari 30 indikator tanpa pengelompokan unsur, akan muncul nilai bias sebesar **3.451**.

Tabel 4.9 Hitungan Nilai Mean (global)

|     | Mean  | Std.<br>Deviation | Minimum | Maximum |
|-----|-------|-------------------|---------|---------|
| Q1  | 3.454 | 0.597             | 1.000   | 4.000   |
| Q2  | 3.485 | 0.579             | 1.000   | 4.000   |
| Q3  | 3.431 | 0.589             | 1.000   | 4.000   |
| Q4  | 3.481 | 0.599             | 1.000   | 4.000   |
| Q5  | 3.431 | 0.595             | 1.000   | 4.000   |
| Q6  | 3.412 | 0.599             | 1.000   | 4.000   |
| Q7  | 3.396 | 0.597             | 1.000   | 4.000   |
| Q8  | 3.408 | 0.585             | 1.000   | 4.000   |
| Q9  | 3.504 | 0.580             | 1.000   | 4.000   |
| Q10 | 3.412 | 0.599             | 1.000   | 4.000   |
| Q11 | 3.442 | 0.583             | 1.000   | 4.000   |
| Q12 | 3.438 | 0.570             | 1.000   | 4.000   |
| Q13 | 3.435 | 0.555             | 1.000   | 4.000   |
| Q14 | 3.450 | 0.577             | 1.000   | 4.000   |
| Q15 | 3.504 | 0.552             | 1.000   | 4.000   |
| Q16 | 3.462 | 0.578             | 1.000   | 4.000   |
| Q17 | 3.438 | 0.570             | 1.000   | 4.000   |
| Q18 | 3.481 | 0.559             | 1.000   | 4.000   |
| Q19 | 3.527 | 0.552             | 1.000   | 4.000   |
| Q20 | 3.481 | 0.586             | 1.000   | 4.000   |
| Q21 | 3.500 | 0.552             | 1.000   | 4.000   |
| Q22 | 3.446 | 0.584             | 1.000   | 4.000   |
| Q23 | 3.450 | 0.564             | 1.000   | 4.000   |
| Q24 | 3.400 | 0.604             | 1.000   | 4.000   |
| Q25 | 3.404 | 0.578             | 1.000   | 4.000   |
| Q26 | 3.469 | 0.558             | 1.000   | 4.000   |
| Q27 | 3.481 | 0.566             | 1.000   | 4.000   |

Tabel 4.9 Hitungan Nilai Mean (global)

|                    | Mean         | Std.<br>Deviation | Minimum      | Maximum      |
|--------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| Q28                | 3.469        | 0.558             | 1.000        | 4.000        |
| Q29                | 3.427        | 0.554             | 1.000        | 4.000        |
| Q30                | 3.427        | 0.575             | 1.000        | 4.000        |
| <b>Total<br/>Q</b> | <b>3.451</b> | <b>0.502</b>      | <b>1.000</b> | <b>4.000</b> |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Perbedaan angka ini terjadi karena adanya variasi jumlah indikator pertanyaan pada masing-masing unsur pelayanan di dalam instrumen kuesioner.

Sebagai contoh, **Unsur Biaya/Tarif (U4)** hanya diwakili oleh **1 indikator pertanyaan (Q9)**, sedangkan **Unsur Sarana dan Prasarana (U9)** memiliki **5 indikator pertanyaan (Q26-Q30)**. Apabila analisis langsung merata-ratakan ke-30 indikator tersebut secara linear, maka unsur dengan jumlah pertanyaan lebih banyak (seperti Sarpras) secara otomatis akan mendominasi dan menggeser bobot kepuasan total hingga lima kali lipat lebih besar kepentingannya dibandingkan unsur yang memiliki pertanyaan lebih sedikit.

Oleh karena itu, demi menjaga pemenuhan aspek resmi-formal dan akurasi akademis, kalkulasi IKM total dihitung melalui penimbangan berjenjang menggunakan dua tahap perumusan berikut:

#### **Tahap 1: Penghitungan Nilai Rata-Rata per Unsur (U)**

Setiap unsur (U1 sampai U9) dihitung nilai rata-ratanya terlebih dahulu berdasarkan jumlah pertanyaan yang menyusun unsur tersebut. Rumus matematika yang digunakan adalah:

$$U_i = \frac{\sum Q_k}{N_q}$$

Dimana:

- $U_i$  = Nilai rata-rata Unsur ke-i
- $\sum Q_k$  = Jumlah total skor pertanyaan yang termasuk dalam unsur tersebut
- $N_q$  = Jumlah pertanyaan dalam unsur tersebut

Aplikasi JASP, rumus ini dieksekusi melalui fitur Computed Columns dengan modus sintaks R sebagai berikut:

- $U1\_Persyaratan = (Q1 + Q2 + Q3) / 3$
- $U2\_Prosedur = (Q4 + Q5 + Q6) / 3$
- $U3\_Waktu = (Q7 + Q8) / 2$
- $U4\_Biaya = Q9$
- $U5\_Produk = (Q10 + Q11 + Q12 + Q13 + Q14) / 5$
- $U6\_Kompetensi = (Q15 + Q16 + Q17 + Q18) / 4$
- $U7\_Perilaku = (Q19 + Q20 + Q21) / 3$
- $U8\_Pengaduan = (Q22 + Q23 + Q24 + Q25) / 4$
- $U9\_Sarpras = (Q26 + Q27 + Q28 + Q29 + Q30) / 5$

Tabel 4.10 Distribusi nilai *mean* dan indeks per Unsur Layanan

| Unsur Layanan IKM                          | Mean  | Std.<br>Deviation | Minimum | Maximum |
|--------------------------------------------|-------|-------------------|---------|---------|
| U1_Persyaratan Pelayanan                   | 3.456 | 0.543             | 1.000   | 4.000   |
| U2_Sistem, Mekanisme & Prosedur            | 3.441 | 0.552             | 1.000   | 4.000   |
| U3_Waktu Penyelesaian                      | 3.402 | 0.564             | 1.000   | 4.000   |
| U4_Biaya dan Tarif                         | 3.504 | 0.580             | 1.000   | 4.000   |
| U5_Produk Spesifikasi Layanan              | 3.435 | 0.523             | 1.000   | 4.000   |
| U6_Kompetensi Pelaksana                    | 3.471 | 0.531             | 1.000   | 4.000   |
| U7_Perilaku Pelaksana                      | 3.503 | 0.531             | 1.000   | 4.000   |
| U8_Penanganan Pengaduan, Saran dan Masukan | 3.425 | 0.545             | 1.000   | 4.000   |
| U9_Sarana dan Prasarana                    | 3.455 | 0.521             | 1.000   | 4.000   |

Tabel 4.10 Distribusi nilai *mean* dan indeks per Unsur Layanan

| Unsur Layanan IKM | Mean         | Std.<br>Deviation | Minimum      | Maximum      |
|-------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| <b>SKOR_IKM</b>   | <b>3.455</b> | <b>0.503</b>      | <b>1.000</b> | <b>4.000</b> |
| Total Q           | 3.451        | 0.502             | 1.000        | 4.000        |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Melalui pendekatan ini, setiap unsur terlebih dahulu diperlakukan sebagai unit komposit yang setara, sehingga tidak ada dominasi otomatis dari jumlah indikator yang lebih banyak. Pola ini konsisten dengan prinsip Babbie bahwa indeks harus dibangun dengan mempertimbangkan struktur indikator, bukan hanya menjumlahkan secara kasar tanpa pemeriksaan struktur.

Namun demikian, pembacaan data atas angka-angka ini akan kehilangan nuansa kritis yang justru paling bernilai bagi manajemen. Selisih antara unsur tertinggi (U4, Biaya/Tarif: 87.60) dan unsur terendah (U3, Waktu Penyelesaian: 85.05) sebesar 2.55 poin indeks bukanlah angka yang bisa diabaikan. Dalam konteks skala 1–4 yang digunakan, selisih nilai mean mentah sebesar 0.102 antara U4 (3.504) dan U3 (3.402) mencerminkan perbedaan persepsi yang nyata di lapangan. Pemetaan hierarkis internal ini menjadi peta jalan evaluasi yang presisi: unsur mana yang sudah bisa dijaga stabilitasnya, dan unsur mana yang membutuhkan intervensi perbaikan paling mendesak. Kedua dimensi ini dibahas secara mendalam pada Subbab 4.4 dan 4.5 berikut

#### Catatan konsistensi angka:

- 1) Total IKM 3.455 yang digunakan dalam pembahasan sudah sesuai dengan Mean SKOR\_IKM (3.455) pada output JASP, bukan Mean Total Q (3,451).
- 2) Nilai Indeks Konversi pada tabel di atas seluruhnya konsisten dengan rumus:
- 3) Indeks = Mean  $\times$  25. Misalnya:  
 U1:  $3.456 \times 25 = 86.40$   
 U4:  $3.504 \times 25 = 87.60$   
 U8:  $3.425 \times 25 = 85.63$

- 4) Kategori mutu juga sesuai dengan ambang batas PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017, sehingga tidak ada inkonsistensi antara angka tabel dan penjelasan teks

Melalui pendekatan ini, setiap unsur terlebih dahulu diperlakukan sebagai unit komposit yang setara, sehingga tidak ada dominasi otomatis dari jumlah indikator yang lebih banyak. Pola ini konsisten dengan prinsip Babbie bahwa indeks harus dibangun dengan mempertimbangkan struktur indikator, bukan hanya menjumlahkan secara kasar tanpa pemeriksaan struktur

### **Tahap 2: Penghitungan Skor Total IKM Berbobot Sektoral**

Setelah nilai rata-rata dari ke-9 unsur diperoleh, langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata kumulatif dari unsur-unsur tersebut. Sesuai dengan PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017, karena nilai bobot penimbang untuk masing-masing unsur adalah sama (terbagi rata), maka rumusnya berbentuk:

$$SKOR\_IKM = \frac{(U1 + U2 + U3 + U4 + U5 + U6 + U7 + U8 + U9)}{9}$$

Rumus ini dimasukkan ke dalam kolom komposit final JASP bernama SKOR\_IKM, yang memproses seluruh data responden (n=260). Dari mekanisme penimbangan ini diperoleh nilai rata-rata institusi yang sesungguhnya, yaitu **3.455** (sesuai dengan Nilai Mean pada baris SKOR\_IKM dalam output JASP). Pendekatan ini selaras dengan pandangan Creswell & Creswell (2018) bahwa bobot variabel dalam suatu konstruk harus diperlakukan secara setara dan diperhatikan struktur pengukurannya, agar tidak ada satu dimensi yang secara tak sengaja “diperbesar” akibat dominasi jumlah item.

### **Tahap 3: Konversi ke Nilai Indeks Akhir**

Langkah terakhir adalah melakukan transformasi nilai dari skala Likert 1–4 ke skala indeks nasional 25–100 dengan rumus konversi:

$$\text{Nilai Indeks Akhir IKM} = SKOR\_IKM \times 25$$

Sehingga, penghitungan Nilai Indeks akhir dilakukan dengan rumus:

$$\text{Nilai Indeks Akhir IKM} = 3.455 \times 25 = 86.38$$

Tabel: 4.11 Nilai Persepsi, Interval, Interval Konversi, Mutu Pelayanan dan Kinerja Unit Pelayanan

| NILAI PERSEPSI | NILAI INTERVAL (NI) | NILAI INTERVAL KONVERSI (NIK) | MUTU PELAYANAN (X) | KINERJA UNIT PELAYANAN (Y) |
|----------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|----------------------------|
| 1              | 1,00 - 2,5996       | 25,00 -64,99                  | D                  | Tidak Baik                 |
| 2              | 2,60 - 3,064        | 65,00 - 76,60                 | C                  | Kurang Baik                |
| 3              | 3,0644 - 3,532      | 76,61 - 88,30                 | B                  | Baik                       |
| 4              | 3,5324 - 4,00       | 88,31 - 100,00                | A                  | Sangat Baik                |

Sumber: Permenpan No 14 Tahun 2017

Merujuk pada tabel kriteria diatas dan tabel capaian dibawah, seluruh sembilan unsur pelayanan publik berhasil melampaui ambang batas kategori **Mutu B (Baik)** sesuai PermenPANRB No. 14 Tahun 2017, dengan rentang nilai indeks konversi antara 85.05 hingga 87.60. Tidak ada satu pun unsur yang jatuh ke kategori Mutu C (Kurang Baik) atau di bawahnya. Capaian ini secara makro mencerminkan konsistensi kinerja pelayanan di seluruh dimensi yang diukur

Pendekatan ini juga konsisten dengan pendekatan Sugiyono (2019) dalam analisis data kuantitatif berbasis statistik deskriptif, yang menekankan bahwa setiap sub-variabel/dimensi harus dianalisis secara terpisah sebelum ditarik kesimpulan pada level makro. Dalam penelitian ini, analisis terlebih dahulu dilakukan per unsur (U1–U9), baru kemudian dijadikan konklusi IKM secara keseluruhan, sehingga kesimpulan makro tidak terlalu sintetis dan berbasis evidensi pada tingkat sub-variabel.

Melalui pendekatan berbobot tiga tahap ini, setiap pilar pelayanan memiliki porsi kekuatan yang setara (ekuivalen) dalam merepresentasikan kepuasan

masyarakat. Dengan demikian, fluktuasi data akibat dominasi jumlah pertanyaan dapat dieliminasi, sehingga diperoleh kesimpulan evaluasi yang valid dan terjustifikasi secara metodologis.

#### **4. Analisis Capaian Unsur Pelayanan**

##### **a. Unsur Capaian Tertinggi (Sektor Unggulan)**

- 1) Biaya / Tarif (U4 — Indeks 87,60):** Unsur ini menempati posisi teratas dalam raihan skor kepuasan publik. Masyarakat mengetahui secara pasti bahwa akses data, publikasi destinasi pariwisata Floratama, serta ragam layanan informasi yang disediakan oleh Komblik BPOLBF bersifat terbuka dan bebas dari pungutan (zero cost).
- 2) Perilaku Pelaksana (U7 — Indeks 87,58):** Berada tipis di peringkat kedua, pilar perilaku mencerminkan tingginya apresiasi masyarakat terhadap aspek humanware BPOLBF. Staf pelaksana dinilai memiliki pembawaan yang sangat ramah, sopan, komunikatif, dan non-diskriminatif.
- 3) Kompetensi Pelaksana (U6 — Indeks 86,78):** Kepuasan yang tinggi pada unsur ini membuktikan bahwa petugas pemberi layanan dinilai memiliki kapasitas teknis dan penguasaan wawasan kepariwisataan Labuan Bajo Flores yang memadai.

##### **b. Unsur Terendah (Area Perbaikan Kritis)**

- 1) Waktu Penyelesaian (U3 — Indeks 85,05):** Unsur waktu mencatat nilai indeks paling rendah di antara sembilan pilar pelayanan. Angka ini memberi sinyal kuat mengenai ekspektasi laten masyarakat agar durasi birokrasi penyelesaian layanan dan distribusi data kepariwisataan dapat dipercepat melalui sistem yang lebih efisien dan presisi.

## **2) Penanganan Pengaduan, Saran, dan Masukan (U8 — Indeks 85,63):**

Meskipun telah beranjak naik ke kategori Baik dari data sementara N=211, unsur ke-8 ini tetap berada di klaster bawah. Masyarakat menilai BPOLBF perlu memperkuat responsivitas tindak lanjut komplain dan mengoptimalisasi interaktivitas komunikasi dua arah pada kanal aduan digital.

## **5. Analisis Komparatif Kontrol Bias (Composite Score vs Global Mean).**

Untuk menjamin tingkat akurasi akademik dan reliabilitas generalisasi hasil penelitian survei, bagian ini secara khusus membandingkan dua pendekatan matematis yang berbeda: Nilai Indeks Komposit Berbobot (SKOR\_IKM) dengan Rata-rata Global Langsung (Total Q). Berdasarkan hasil pemrosesan data, diperoleh perbandingan sebagai berikut:

- a. SKOR\_IKM (Berbobot Regulasi): Skor Mentah 3.455 - Nilai Indeks Konversi 86.38.**
- b. Total Q (Global Mean Murni): Skor Mentah 3.451 - Nilai Indeks Konversi 86.28**

Perbandingan dua pendekatan matematis menghasilkan deviasi yang sangat tipis: SKOR\_IKM berbobot 3,455 (Indeks 86,38) vs Total Q global mean 3,451 (Indeks 86,28). Jarak deviasi hanya 0,004 poin pada skor mentah memberikan dua kesimpulan ilmiah fundamental:

- a. Konsistensi Internal Sempurna (*Absence of Response Fatigue*):** Karakteristik jawaban dari 260 responden cenderung konstan dan stabil, dari item pertanyaan pertama (Q1) hingga item pertanyaan terakhir (Q30). Data ini membuktikan bahwa responden tidak mengalami bias kejenuhan instrumen (*response fatigue*) yang

kerap kali merusak validitas survei massal. Hal ini didukung pula dengan uji reliabilitas instrumen yang sangat tinggi, dengan capaian nilai Coefficient alpha = 0.987.

- b. Validitas Pengukuran Bebas Distorsi Struktural:** Model pembobotan sektoral berbasis 9 unsur pelayanan publik sesuai amanat PermenPANRB terbukti sangat objektif. Pembobotan tersebut terbukti sukses meratakan porsi keadilan indikator tanpa menimbulkan efek distorsi seperti penggelembungan nilai (*overestimate*) ataupun penurunan nilai (*underestimate*) secara artifisial.

Dengan demikian, pengujian kontrol bias ini memberikan justifikasi akademik yang kuat bahwa nilai capaian IKM sebesar 86.38 ini merupakan potret riil, valid, andal (reliable), serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sebagai representasi dari persepsi kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik Divisi Komunikasi Publik BPOLBF.

## 6. Analisis Varian IKM Berbasis Bentuk Interaksi (n=228).

Analisis ini menjawab pertanyaan: apakah terdapat perbedaan yang terukur dalam capaian SKOR\_IKM antara kelompok responden yang memiliki ragam bentuk pengalaman interaksi berbeda dengan Divisi Komunikasi Publik BPOLBF? Hipotesis dibangun merujuk pada teori Customer Experience Management (Gentile et al., 2007) dan service encounter quality (Bitner, 1990).

| Tabel 4.12 Distribusi Mean SKOR_IKM per Bentuk Interaksi (N=228) |  |    |  |          |  |              |        |
|------------------------------------------------------------------|--|----|--|----------|--|--------------|--------|
| Bentuk Interaksi                                                 |  | N  |  | Mean IKM |  | Std. Deviasi | Indeks |
| Pelatihan / Mentoring / Seminar (1)                              |  | 50 |  | 3,481    |  | 0,487        | 87,03  |
| Akses Informasi Online / Offline (3)                             |  | 51 |  | 3,461    |  | 0,499        | 86,53  |
| Event BPOLBF (2)                                                 |  | 81 |  | 3,442    |  | 0,512        | 86,05  |
| Interaksi Lainnya (5)                                            |  | 46 |  | 3,434    |  | 0,524        | 85,85  |

| Tabel 4.12 Distribusi Mean SKOR_IKM per Bentuk Interaksi (N=228) |            |              |              |              |  |
|------------------------------------------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--|
| Bentuk Interaksi                                                 | N          | Mean IKM     | Std. Deviasi | Indeks       |  |
| <b>Total Subsampel (N=228)</b>                                   | <b>228</b> | <b>3,455</b> | <b>0,505</b> | <b>86,38</b> |  |

Sumber: Data Primer Diolah melalui JASP (2026)

Kelompok Pelatihan/Mentoring/Seminar mencatat nilai rata-rata IKM tertinggi (3,481), disusul Akses Informasi (3,461), Event (3,442), dan Interaksi Lainnya (3,434). Rentang selisih 0,047 poin antara tertinggi dan terendah mengindikasikan adanya dinamika persepsi yang bermakna (Hair et al., 2019). Tingginya kepuasan kelompok Pelatihan dapat dijelaskan melalui tiga lensa teoritis: (1) intensitas kontak layanan yang lebih tinggi dan terstruktur; (2) harapan yang terkalibasi dari peserta yang mendaftar secara aktif; dan (3) komitmen kognitif yang lebih tinggi (Cronin & Taylor, 1992).

#### 7. Analisis Tabulasi Silang: Polarisasi Akses dan Bias Keterwakilan Publik (n=228).

Setelah dilakukan penyaringan terhadap responden yang memiliki riwayat interaksi langsung dengan BPOLBF, diperoleh subsampel valid N=228. Terhadap subsampel inilah dilakukan analisis lanjutan berupa uji tabel kontingensi (*Contingency Tables*) di JASP, guna mengidentifikasi apakah terdapat pola diferensiasi sistemik dalam distribusi interaksi publik berdasarkan karakteristik demografis.

#### Hubungan Bentuk Interaksi x Pekerjaan: Homogenitas lintas program ( $p=0,179$ ).

Tabel 4.13 Contingency Table dan Uji Chi-Square:  
Bentuk Interaksi × Pekerjaan (N=228)

|                                     |                | Pekerjaan |        |         |         |         |        |        |        |        |        |        |        |         |          |
|-------------------------------------|----------------|-----------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|----------|
| Bentuk Interaksi anda dengan BPOLBF |                | 1         | 2      | 3       | 4       | 5       | 6      | 7      | 8      | 9      | 10     | 11     | 12     | 13      | Total    |
| 1                                   | Expected count | 1.05      | 0.21   | 2.95    | 9.47    | 13.68   | 2.32   | 2.95   | 0.42   | 0.42   | 0.21   | 0.63   | 1.05   | 12.63   | 48.00    |
|                                     | % within row   | 0.00 %    | 0.00 % | 2.08 %  | 18.75 % | 33.33 % | 6.25 % | 6.25 % | 2.08 % | 0.00 % | 0.00 % | 4.17 % | 4.17 % | 22.92 % | 100.00 % |
| 2                                   | Expected count | 1.71      | 0.34   | 4.79    | 15.39   | 22.24   | 3.76   | 4.79   | 0.68   | 0.68   | 0.34   | 1.03   | 1.71   | 20.53   | 78.00    |
|                                     | % within row   | 1.28 %    | 1.28 % | 7.69 %  | 16.67 % | 24.36 % | 8.97 % | 5.13 % | 1.28 % | 1.28 % | 1.28 % | 1.28 % | 1.28 % | 28.21 % | 100.00 % |
| 3                                   | Expected count | 0.96      | 0.19   | 2.70    | 8.68    | 12.54   | 2.12   | 2.70   | 0.39   | 0.39   | 0.19   | 0.58   | 0.96   | 11.58   | 44.00    |
|                                     | % within row   | 2.27 %    | 0.00 % | 13.64 % | 34.09 % | 18.18 % | 0.00 % | 4.55 % | 0.00 % | 2.27 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % | 25.00 % | 100.00 % |
| 5                                   | Expected count | 1.27      | 0.25   | 3.56    | 11.45   | 16.54   | 2.80   | 3.56   | 0.51   | 0.51   | 0.25   | 0.76   | 1.27   | 15.26   | 58.00    |
|                                     | % within row   | 5.17 %    | 0.00 % | 1.72 %  | 13.79 % | 37.93 % | 1.72 % | 8.62 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % | 3.45 % | 27.59 % | 100.00 % |
| Total                               | Expected count | 5.00      | 1.00   | 14.00   | 45.00   | 65.00   | 11.00  | 14.00  | 2.00   | 2.00   | 1.00   | 3.00   | 5.00   | 60.00   | 228.00   |
|                                     | % within row   | 2.19 %    | 0.44 % | 6.14 %  | 19.74 % | 28.51 % | 4.82 % | 6.14 % | 0.88 % | 0.88 % | 0.44 % | 1.32 % | 2.19 % | 26.32 % | 100.00 % |

Chi-Squared Tests

|                | Value | df | p    |
|----------------|-------|----|------|
| X <sup>2</sup> | 43.61 | 36 | .179 |
| N              | 228   |    |      |

Note. Continuity correction is available only for 2x2 tables.

Nominal

|                         | Value |
|-------------------------|-------|
| Contingency coefficient | 0.401 |
| Phi-coefficient         | NaN   |
| Cramer's V              | 0.253 |

\* Phi coefficient is only available for 2 by 2 contingency Tables

Sumber: Output JASP, Data Primer (2026)

Uji Chi-Square pada tabulasi silang antara bentuk interaksi dengan latar belakang pekerjaan menghasilkan nilai  $\chi^2 = 43,61$  ( $df = 36$ ,  $N = 228$ ,  $p = 0,179$ ). Nilai Contingency Coefficient sebesar 0,401 dan Cramer's V sebesar 0,253 mengindikasikan kekuatan asosiasi yang berada pada kategori lemah hingga sedang, namun tidak mencapai ambang signifikansi statistik ( $p > 0,05$ ). Perlu dicatat bahwa Phi coefficient tidak dapat dihitung karena tabel ini bukan tabel  $2 \times 2$ , sehingga ukuran asosiasi yang relevan adalah Cramer's V dan Contingency Coefficient sebagaimana ditampilkan pada output JASP di atas.

Ketidaksignifikanan tersebut bukan karena semua kelompok terdistribusi merata, melainkan karena pola dominasi yang terlalu seragam dan berulang: kelompok Instansi Pemerintah/ASN dan Mahasiswa/Pelajar mendominasi secara konsisten di setiap bentuk interaksi Event (gabungan di atas 40%), Pelatihan/Seminar, hingga Akses Informasi. Tidak ada variasi distribusi yang cukup besar antar-sel untuk menghasilkan statistik Chi-Square yang signifikan justru karena polanya terlalu seragam di semua baris.

Pelaku Ekonomi Kreatif/UMKM dan Pelaku Usaha Pariwisata yang merupakan mitra strategis lapangan terdepan BPOLBF hanya mencatatkan keterlibatan di kisaran 5–6% pada program pelatihan maupun event. Temuan ini secara substantif signifikan sebagai catatan evaluasi program, terlepas dari nilai p formalnya.

## 8. Analisis Tematik Jawaban Pertanyaan Terbuka

Pertanyaan terbuka yang diajukan berbunyi: "Menurut Anda, aspek apa yang perlu ditingkatkan dalam layanan informasi BPOLBF (baik digital maupun langsung), dan bagaimana perbaikannya agar lebih memenuhi kebutuhan masyarakat?". Dari 260 responden, sebanyak 128 responden memberikan jawaban substantif yang dianalisis menggunakan pendekatan thematic clustering kualitatif, menghasilkan 153-unit kode yang terdistribusi ke dalam 6 tema utama.

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Tema Jawaban Pertanyaan Terbuka

| Kode | Tema                                                | n<br>Jawaban | % dari<br>128 | Prioritas                |
|------|-----------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------------------|
| T1   | Kecepatan Respons & Informasi<br><i>Real-Time</i>   | 38           | 29,7%         | <b>SANGAT<br/>TINGGI</b> |
| T2   | Kemudahan Akses & Kualitas Platform<br>Digital      | 35           | 27,3%         | <b>SANGAT<br/>TINGGI</b> |
| T3   | Sosialisasi & Visibilitas Lembaga                   | 28           | 21,9%         | <b>TINGGI</b>            |
| T4   | Pemerataan Jangkauan &<br>Dekonsentrasi Wilayah     | 18           | 14,1%         | <b>TINGGI</b>            |
| T5   | Pemberdayaan UMKM & Pelaku<br>Pariwisata Lokal      | 12           | 9,4%          | <b>MENENGAH</b>          |
| T6   | Apresiasi & Pertahankan Kualitas yang<br>Sudah Baik | 22           | 17,2%         | —                        |
| —    | <b>Total Unit Coding</b>                            | <b>153</b>   | —             | —                        |

Sumber: Analisis Tematik Data Primer (2026)

### a. T1. Kecepatan Respons & Informasi Real-Time (n=38; 29,7%)

Tema ini menjadi keluhan terbanyak. Responden menyoroti keterlambatan respons admin di media sosial, WhatsApp, dan email PPID, serta kebutuhan update informasi destinasi, cuaca, jadwal kapal, dan kondisi darurat secara real-time.

“Kecepatan dalam merespons pertanyaan atau keluhan masyarakat menjadi hal penting di era digital saat ini. Diperlukan sistem pelayanan yang lebih

terstruktur, seperti pembagian tugas admin atau penggunaan teknologi pendukung.”

“Hari ada kegiatan, hari ini juga informasi ke platform media sosial maupun ke wartawan.”

**b. T2. Kemudahan Akses & Kualitas Platform Digital (n=35; 27,3%)**

Responden meminta perbaikan tampilan website agar lebih *user-friendly*, mobile-friendly, dan sesuai kebutuhan Gen Z. Termasuk permintaan fitur QnA langsung, chatbot AI, layanan multi-bahasa, dan tampilan konten media sosial yang lebih kreatif dan konsisten.

“Lebih update dan buat design web lebih menarik untuk Gen Z.”

“Mungkin dapat ditambahkan fitur automatic response berbasis AI pada website BPOLBF.”

**c. T3. Sosialisasi & Visibilitas Lembaga (n=28; 21,9%)**

Temuan kritis: sebagian responden khususnya dari luar Manggarai Barat secara eksplisit menyatakan tidak mengetahui fungsi, program, dan bahkan eksistensi BPOLBF di wilayah mereka. Temuan ini mengkonfirmasi secara kualitatif apa yang telah terdeteksi oleh uji Chi-Square tabulasi silang ( $p=0,001$ ).

“Kebanyakan masyarakat belum tau untuk apa keberadaan lembaga ini. Segala bentuk inovasi yang dibuat BPOLBF harus mampu dirasakan oleh masyarakat.”

“Sampai saat ini di tempat kami belum mengetahui Program apa yang sudah dibuat oleh BPOLBF mengenai Kepariwisata.”

**d. T4. Pemerataan Jangkauan & Dekonsentrasi Wilayah (n=18; 14,1%)**

Responden dari luar Manggarai Barat secara eksplisit menyuarakan kekosongan program BPOLBF di wilayah mereka. Event dan pelatihan dinilai terlalu Labuan Bajo-sentris.

“Perbanyak EVENT di setiap kabupaten dengan melibatkan orang muda atau organisasi kepemudaan.”

“Mungkin event lebih diperbanyak lagi serta jangkauannya lebih luas ke pelosok wilayah kerja terutama sampai Alor.”

**e. T5. Pemberdayaan UMKM & Pelaku Pariwisata Lokal (n=12; 9,4%)**

Pelaku UMKM dan usaha pariwisata merasa program pelatihan dan informasi BPOLBF tidak cukup menyentuh kebutuhan mereka. Ada permintaan spesifik untuk pendampingan, open data, dan akses ke jaringan pemasaran.

“Informasi mengenai pelatihan BPOLBF kurang sekali untuk membantu UMKM.”

“BPOLBF sebaiknya menyediakan portal data terbuka yang menyajikan statistik kunjungan dan tren pasar agar dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM serta akademisi.”

**f. T6. Apresiasi & Pertahankan Kualitas yang Sudah Baik (n=22; 17,2%)**

Sebagian signifikan responden menyatakan kepuasan dan apresiasi terhadap kinerja yang sudah ada, seraya mendorong agar kualitas dipertahankan.

“Sudah Puas Dengan Layanan-nya, Orangnya Juga Sangat Ramah Dan Baik.”

**9. Sintesis: Konfirmasi Silang Temuan Kuantitatif dan Kualitatif**

Analisis tematik mengkonfirmasi tiga garis besar yang memperkuat temuan BAB IV secara keseluruhan.

- a. Pertama**, konsistensi data: T1 (Kecepatan Respons, 29,7%) dan T2 (Kemudahan Akses Digital, 27,3%) berkorespondensi langsung dengan U3 Waktu Penyelesaian (85,05) dan U8 Penanganan Pengaduan (85,63), dua unsur IKM terendah. Data kualitatif memberikan wajah dan konteks pada angka yang sebelumnya hanya berbicara secara abstrak.
- b. Kedua**, krisis visibilitas tersembunyi: T3 mengungkap bahwa sebagian masyarakat belum mengenal BPOLBF sama sekali, mengkonfirmasi secara kualitatif temuan Chi-Square geografis ( $p=0,001$ ). Ketiga, dua suara simultan: T6 (Apresiasi) membuktikan basis kepuasan nyata ada pada kelompok yang sudah

terjangkau, sementara T3 dan T4 datang dari kelompok yang belum terjangkau, keduanya benar secara bersamaan.

## **B. Pembahasan Hasil Survey IKM Divisi Komblik BPOLBF tahun 2026**

### **1. Capaian IKM sebesar 86,38 (Mutu B/Baik)**

Capaian IKM sebesar 86,38 (Mutu B/Baik) mengkonfirmasi bahwa Divisi Komunikasi Publik BPOLBF telah memenuhi standar minimal pelayanan publik yang baik sesuai PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017. Dalam kerangka Gap Model (Parasuraman et al., 1988), capaian ini mencerminkan bahwa kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi masyarakat relatif terkendali. Namun sebagaimana ditegaskan Bovaird & Löffler (2003), nilai rata-rata yang tinggi tidak selalu merepresentasikan pemerataan kualitas layanan ia dapat menyimpan heterogenitas yang signifikan di balik angka makronya.

### **2. Identifikasi pilar unggulan dan area kritis**

Identifikasi pilar unggulan dan area kritis menunjukkan pola yang secara teoritis koheren. Biaya/Tarif (U4, 87,60) dan Perilaku Pelaksana (U7, 87,58) unggul karena keduanya menyentuh dimensi assurance dan service encounter dua prediktor terkuat kepercayaan publik menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) dan Bitner (1990). Sebaliknya, Waktu Penyelesaian (U3, 85,05) dan Penanganan Pengaduan (U8, 85,63) menjadi area kritis karena pengguna layanan di era digital tidak lagi menilai kecepatan respons berdasarkan standar birokrasi, melainkan standar layanan digital swasta (Osborne, 2010). Temuan ini dikonfirmasi secara kualitatif oleh dua tema dominan: T1 Kecepatan Respons (29,7%) dan T2 Kemudahan Akses Digital (27,3%), yang bersama-sama mencakup 57% seluruh keluhan substantif responden.

### **3. Strategi peningkatan layanan**

Strategi peningkatan layanan harus bergerak pada dua front secara simultan. Front pertama adalah responsivitas teknis: penetapan SLA respons, digitalisasi kanal pengaduan, dan redesain platform digital. Front kedua adalah inklusivitas struktural:

perluasan jangkauan program dan pelibatan aktif kelompok sektor riil. Gentile et al. (2007) membuktikan bahwa kepuasan tertinggi dicapai pada modalitas Pelatihan/Seminar (Mean 3,481) dibanding Event (3,442) karena intensitas *co-creation* yang lebih tinggi implikasinya, seluruh program BPOLBF perlu bergerak dari *event-centric delivery* menuju *participatory engagement model* (Cronin & Taylor, 1992).

#### **4. Pola keterlibatan berbasis pekerjaan**

Pola keterlibatan berbasis pekerjaan mengungkap paradoks metodologis yang penting. Nilai  $p = 0,179$  pada uji Chi-Square ( $\chi^2 = 43,61$ ; Cramer's  $V = 0,253$ ) bukan tanda netralitas, melainkan cerminan monotonic dominance (Babbie, 2020): ASN dan Mahasiswa mendominasi lebih dari 70% keterlibatan di setiap bentuk interaksi secara konsisten, sehingga tidak ada variasi yang cukup untuk dideteksi sebagai hubungan signifikan. Nilai Cramer's  $V = 0,253$  sebenarnya mengindikasikan asosiasi medium effect (Cohen, 1988), namun teredam oleh pola dominasi yang seragam. Akibatnya, nilai IKM 86,38 mengandung over-representation bias terhadap kelompok formal, sementara suara pelaku UMKM (4,6%) dan Pelaku Usaha Pariwisata (5,4%) yang paling terdampak justru paling kurang terwakili (Hair et al., 2019). Survei IKM mendatang perlu mengadopsi stratified sampling berbasis klaster pekerjaan untuk memastikan representasi yang lebih proporsional (Bovaird & Löffler, 2003).

Secara keseluruhan, nilai IKM 86,38 adalah capaian yang valid namun tidak utuh ia merepresentasikan kepuasan kelompok yang sudah terlayani dengan baik, namun belum sepenuhnya menangkap realitas kelompok yang belum terjangkau. Agenda perbaikan BPOLBF ke depan dengan demikian tidak cukup hanya mengejar angka indeks yang lebih tinggi, melainkan harus secara aktif memperluas jangkauan keadilan layanan kepada seluruh pemangku kepentingan ekosistem pariwisata Floratama

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan seluruh rangkaian analisis data yang telah dilakukan secara sistematis dalam laporan survei ini, mulai dari profil responden, perhitungan IKM berbasis sembilan unsur, analisis komparatif kontrol bias, tabulasi silang inferensial, analisis varians berbasis modalitas interaksi, hingga analisis tematik jawaban pertanyaan terbuka, beberapa kesimpulan fundamental dapat ditarik sebagai berikut.

##### **1. Capaian IKM: Kinerja Baik dengan Nuansa Perbedaan Internal**

Divisi Komunikasi Publik BPOLBF berhasil meraih nilai IKM total sebesar 3,455 (Nilai Indeks Akhir 86,38), berada pada Mutu B/Kinerja BAIK sesuai PermenPANRB Nomor 14 Tahun 2017. Seluruh sembilan unsur pelayanan melampaui ambang batas Mutu B, dengan rentang 85,05 hingga 87,60. Reliabilitas instrumen yang sangat tinggi ( $\alpha = 0,987$ ) dan deviasi minimal antara SKOR\_IKM berbobot dan global mean (0,004) mengkonfirmasi validitas pengukuran yang kuat.

##### **2. Dua Pilar Unggulan: Transparansi Biaya dan Etika Pelaksana**

Unsur Biaya/Tarif (U4, Indeks 87,60) dan Perilaku Pelaksana (U7, Indeks 87,58) secara konsisten menempati posisi teratas, mencerminkan dua fondasi kepercayaan publik: transparansi akses informasi yang bebas pungutan (zero cost), dan kualitas interaksi humanware staf yang ramah, profesional, dan non-diskriminatif.

##### **3. Dua Area Kritis yang Memerlukan Intervensi Segera**

- a. Waktu Penyelesaian (U3, Indeks 85,05): unsur terendah, mengindikasikan kesenjangan antara ekspektasi kecepatan respons masyarakat dengan realitas durasi birokrasi yang berjalan.

- b. Penanganan Pengaduan, Saran, dan Masukan (U8, Indeks 85,63): meskipun naik kelas dari data sementara N=211, kanal pengaduan dan mekanisme umpan balik belum dirasakan cukup responsif. Dikonfirmasi oleh tema T1 dalam analisis kualitatif (29,7% responden).

#### **4. Krisis Struktural Tersembunyi: Polarisasi Spasial dan Bias Sektoral**

- a. Bias Sektoral Pentahelix: program-program utama didominasi ASN dan Mahasiswa (>70% kolektif di setiap bentuk interaksi), sementara UMKM dan Pelaku Pariwisata hanya mencatat keterlibatan 5–6%. Nilai  $p = 0,179$  bukan tanda netralitas melainkan dominasi yang terlalu seragam untuk dideteksi sebagai variasi.
- b. Ketimpangan Geografis Terkonfirmasi ( $p=0,001$ ; Cramer's  $V=0,302$ ): Event (62,82%) dan Pelatihan (54,17%) terkonsentrasi di Manggarai Barat, sementara kabupaten penyangga mencatat keterlibatan mendekati 0,00%. Nilai IKM 86,38 adalah indeks kepuasan Manggarai Barat, bukan potret pemerataan Floratama secara utuh. Dikonfirmasi secara kualitatif oleh tema T3 (21,9%) dan T4 (14,1%).

#### **5. Varians IKM Berbasis Modalitas Interaksi**

Hierarki kepuasan yang konsisten teridentifikasi: Pelatihan/Seminar (Mean 3,481) > Akses Informasi (3,461) > Event (3,442) > Interaksi Lainnya (3,434). Ini membuktikan bahwa intensitas, struktur, dan modalitas kontak layanan secara signifikan membentuk tingkat kepuasan justifikasi empiris bagi pengembangan differentiated service standard.

## B. Saran

### 1. Prioritas I (Mendesak): Akselerasi Waktu Respons dan Optimalisasi Kanal Pengaduan.

**Target:** U3 (Waktu Penyelesaian) dan U8 (Penanganan Pengaduan) dikonfirmasi kualitatif oleh T1 dan T2

- a. **Implementasi SLA (*Service Level Agreement*) Internal:** tetapkan standar waktu respons tertulis yang dikomunikasikan publik 1×24 jam untuk respons awal di media sosial, 3 hari kerja untuk tindak lanjut substantif pengaduan formal.
- b. **Digitalisasi Kanal Pengaduan Terpadu:** bangun single-window complaint system yang terintegrasi antara Instagram DM, Website, dan platform internal, dilengkapi fitur tracking status pengaduan real-time.
- c. **Pembentukan Rapid Response Unit:** alokasikan minimal satu personel khusus monitoring dan respons kanal digital selama jam kerja, dengan protokol eskalasi lintas divisi.
- d. **Pengembangan Fitur Chatbot AI & Q n A:** tambahkan fitur auto-response berbasis AI pada website BPOLBF untuk menjawab pertanyaan umum dan mengurangi beban respons manual.

### 2. Prioritas II (Strategis Jangka Menengah): Dekonsentrasi Program ke Wilayah Penyangga Floratama

**Target:** Ketimpangan geografis ( $p=0,001$ ;  $V=0,302$ ) dikonfirmasi T3 dan T4

- a. **Roadmap Distribusi Program Regional 2026–2028:** alokasikan minimal 40% kegiatan event dan pelatihan di luar Manggarai Barat, dengan prioritas kabupaten Ngada, Ende, Flores Timur, dan Lembata.

- b. Model Satellite Communication Hub:** kembangkan hub komunikasi berbasis komunitas di setiap kabupaten Floratama bekerja sama dengan Dinas Pariwisata setempat.
- c. Program BPOLBF Goes to District:** roadshow reguler (minimal sekali per kuartal) ke kabupaten penyangga berupa mini-seminar atau workshop tematik.
- d. Kampanye Sosialisasi Identitas Lembaga:** kampanye "Kenali BPOLBF" lintas platform digital dan offline khususnya di kabupaten yang mencatat visibilitas lembaga rendah.

### **3. Prioritas III (Transformatif): Revitalisasi Ekosistem Pentahelix dan Inklusi Pelaku Usaha**

**Target:** Bias sektoral (dominasi ASN & Mahasiswa, marginalitas UMKM) — dikonfirmasi T5

- a. Kuota Inklusi Sektor Riil:** tetapkan minimum 25% peserta dari kelompok UMKM dan Pelaku Usaha Pariwisata dalam setiap program pelatihan dan event BPOLBF.
- b. Program Dedicated UMKM Communication Clinic:** rancang layanan informasi eksklusif untuk pelaku usaha kecil, termasuk pendampingan literasi digital, akses regulasi, dan fasilitasi jaringan distribusi produk.
- c. Portal Data Terbuka (Open Data):** sediakan statistik kunjungan dan tren pasar secara berkala yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh UMKM serta akademisi.
- d. Revitalisasi Forum Asosiasi Pariwisata:** inisiasi quarterly meeting antara Divisi Komblik BPOLBF dengan asosiasi profesi pariwisata dan komunitas seni-kreatif.

#### **4. Prioritas IV (Sustaining Excellence): Menjaga Keunggulan Pilar Unggulan**

**Target:** U4 (Biaya/Tarif) dan U7 (Perilaku Pelaksana) dikonfirmasi T6

- a. Modifikasi Standar Perilaku Pelaksana:** susun panduan standar perilaku layanan (service behavior standard) yang mendokumentasikan praktik terbaik untuk memastikan konsistensi, terutama saat rotasi personel.
- b. Penguatan Komunikasi Transparansi Anggaran:** pertahankan dan perluas kebijakan zero-cost information access dengan komunikasi proaktif di seluruh platform digital.
- c. Desain Website & Medsos Lebih Menarik:** perbarui tampilan platform digital agar lebih relevan, user-friendly, dan mobile-friendly khususnya untuk audiens Gen Z.
- d. Program Apresiasi SDM Berbasis Data IKM:** gunakan data per unsur sebagai basis program penghargaan staf dan kebutuhan capacity building.

#### **5. Rekomendasi Metodologis untuk Survei IKM Berikutnya**

- a. Stratified Geographic Sampling:** terapkan kuota minimal 15–20 responden per kabupaten Floratama untuk memastikan representativitas geografis yang berimbang.
- b. Mixed-Method Follow-up:** lengkapi survei kuantitatif dengan FGD tematik di 2–3 kabupaten yang memiliki tingkat keterlibatan rendah.
- c. Periodeasasi Semi-Tahunan:** pertimbangkan pelaksanaan IKM dua kali setahun untuk deteksi tren dan evaluasi dampak intervensi secara lebih responsif.

### **C. Penutup**

**Nilai IKM sebesar 86,38 (Mutu B/Baik)** yang diraih Divisi Komunikasi Publik BPOLBF merupakan capaian yang layak diapresiasi sebagai titik tolak perbaikan berkelanjutan, bukan sebagai garis finish dari upaya peningkatan kualitas layanan.

Paradoks paling mendasar yang terungkap dalam laporan ini adalah bahwa angka kepuasan yang tinggi dan kelemahan sistemik dapat eksis secara bersamaan dalam satu institusi. Nilai 86,38 bukan sebuah kebohongan, namun ia adalah kebenaran yang tidak utuh: sebuah rata-rata yang merepresentasikan kepuasan kelompok yang terlayani dengan baik, sambil secara diam-diam menyembunyikan frustrasi dan ketidakhadiran kelompok yang belum terjangkau.

Oleh karena itu, agenda transformasi Divisi Komunikasi Publik BPOLBF ke depan seyogyanya tidak hanya berorientasi pada peningkatan angka indeks, melainkan pada perluasan jangkauan keadilan layanan: memastikan bahwa setiap warga Floratama dari Labuan Bajo hingga ujung timur Flores dan Bima, dari pelaku usaha kecil hingga komunitas seni pelosok mendapatkan hak yang setara untuk mengalami, menilai, dan mendapatkan manfaat dari kinerja terbaik institusi pariwisata nasional ini.

Tabel 5.1 Ringkasan Eksekutif Temuan dan Rekomendasi Utama

| INDIKATOR KUNCI              | NILAI / KATEGORI                                          |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Nilai IKM Total              | 86,38 (Mutu B / BAIK)                                     |
| Unsur Tertinggi              | Biaya/Tarif (U4) — Indeks 87,60                           |
| Unsur Terendah               | Waktu Penyelesaian (U3) — Indeks 85,05                    |
| Reliabilitas Instrumen       | Coefficient $\alpha$ = 0,987 (Sangat Tinggi)              |
| Ketimpangan Geografis        | $p = 0,001$ ; Cramer's V = 0,302 (Signifikan)             |
| Modalitas Kepuasan Tertinggi | Pelatihan/Seminar (Mean IKM 3,481)                        |
| Tema Kualitatif Dominan      | Kecepatan Respons & Real-Time (29,7%)                     |
| <b>Rekomendasi Utama</b>     | <b>Dekonsentrasi Wilayah + Inklusi UMKM + SLA Respons</b> |

Sumber: Olahan Tim Peneliti (2026)

## DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. (2020). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.
- Bovaird, T., & Löffler, E. (2003). Evaluating the quality of public governance: Indicators, models and methodologies. *International Review of Administrative Sciences*, 69(3), 313–328. <https://doi.org/10.1177/0020852303693002>
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69–82. <https://doi.org/10.1177/002224299005400206>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach* (5th ed.). SAGE Publications.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia.
- Bovaird, T., & Löffler, E. (2003). Evaluating the quality of public governance: Indicators, models and methodologies. *International Review of Administrative Sciences*, 69(3), 313–328. <https://doi.org/10.1177/0020852303693002>
- OECD. (2008). *Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264043466-en>
- OECD. (2017). *Government at a glance 2017*. OECD Publishing. [https://doi.org/10.1787/gov\\_glance-2017-en](https://doi.org/10.1787/gov_glance-2017-en)
- Osborne, S. P. (Ed.). (2010). *The new public governance? Emerging perspectives on the theory and practice of public governance*. Routledge.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112.

## Lampiran 1: Kuesioner Survey

### Link Google Form:

[https://docs.google.com/forms/d/1ACwumKGsgmkUtL\\_H4FhZfTn87yozu63wqRvTSnmrRaM/edit?ts=69e8b978](https://docs.google.com/forms/d/1ACwumKGsgmkUtL_H4FhZfTn87yozu63wqRvTSnmrRaM/edit?ts=69e8b978).



The screenshot shows a Google Form interface. At the top, there are tabs for 'Questions', 'Responses' (with a count of 260), and 'Settings'. The 'Total points' are listed as 0. The form has a header image with a scenic view of Labuan Bajo, Flores, and the title 'Survei Kepuasan Publik Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores'. Below the header, it indicates 'Section 1 of 4'. The main content area is titled 'Survey Kepuasan Publik BPOLBF' and contains the following text:

Dalam rangka mewujudkan pelayanan prima terhadap kebutuhan informasi dan data maka diperlukan pengukuran kinerja terhadap kualitas pelayanan publik yang telah diberikan oleh Divisi Komunikasi Publik Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF).

Survey Kepuasan Publik ini berfungsi sebagai metode untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap penyajian dan akses informasi yang diberikan BPOLBF selama 1 tahun. Pernyataan dalam kuesioner ini mencakup profil responden, sumber informasi bagi responden tentang BPOLBF, pelayanan informasi digital dan pelayanan informasi konvensional di kantor BPOLBF.

Kerahasiaan responden menjadi perhatian kami. Oleh karena itu kami hanya akan menggunakan data anda sesuai kebutuhan dan keperluan survey ini.

This form is automatically collecting emails from all respondents. [Change settings](#)

## **Lampiran 2: Kuesioner Survey**

Data spreadsheet jawaban kuesioner responden n=260

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YWmZ0a5HN-NnB1O2mi3X9OHZDQCfODMJ/edit?usp=drive\\_link&ouid=109664967458914864078&rtf=of=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YWmZ0a5HN-NnB1O2mi3X9OHZDQCfODMJ/edit?usp=drive_link&ouid=109664967458914864078&rtf=of=true&sd=true)