



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Penguatan **Budaya Kerja** dan *Employer Branding* Sebagai Bagian dari Strategi Akselerasi Transformasi ASN Menuju Birokrasi **Profesional** dan **Berkelas Dunia**

Asisten Deputi Penguatan Budaya Kerja SDM Aparatur

Pullman Hotel Jakarta Central Park Podomoro City, 15 November 2022

 bangga
melayani
bangsa



Agenda

Strategi Akselerasi Transformasi ASN

Penguatan Budaya Kerja dan *Employer Branding*

Survei Budaya Kerja ASN

Strategi **Akselerasi Transformasi ASN**



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Perlu Akselerasi Transformasi ASN Menuju Birokrasi Berkelas Dunia di 2024



TRANSFORMASI Struktural, Kultural, dan Digital
perlu **ADAPTASI** kebijakan & kompetensi baru, serta
ADOPTSI teknologi dan sistem yang *agile*

BIROKRASI BERKELAS DUNIA
2024

Tantangan Dunia pada situasi VUCA dengan **Triple Disruption**:

- *Technology* (Revolusi Industri 4.0 menuju Era Society 5.0)
- *Millennials*
- *Covid-19 Pandemic*

Arsitektur *Human Capital*

Dukungan Regulasi

- Organisasi yang **AGILE**
- SDM yang **PROFESIONAL**
- Tata Kelola/Sistem Kerja yang berbasis **DIGITAL**



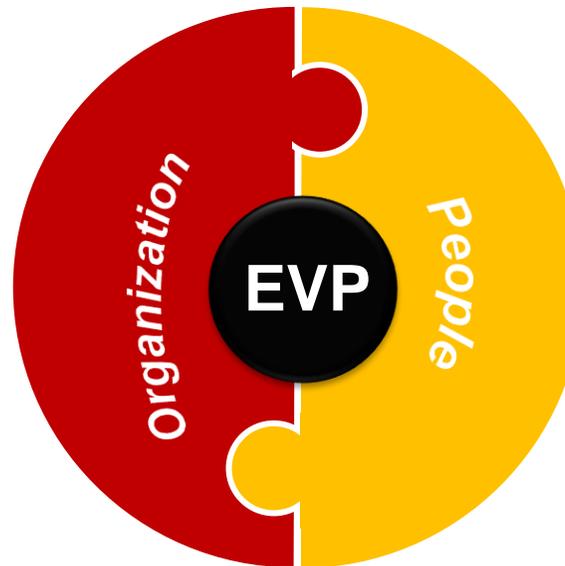
panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Arsitektur *Human Capital*

Ekspektasi K/L/D dalam merekrut *talent*

1. Menghasilkan kinerja yang mendukung pencapaian tujuan organisasi
2. Terus belajar dan mengembangkan kompetensi untuk mendukung pelaksanaan strategi organisasi
3. Menunjukkan perilaku sesuai dengan budaya organisasi
4. **Memberikan pelayanan prima kepada masyarakat**



Ekspektasi *talent* menjadi ASN

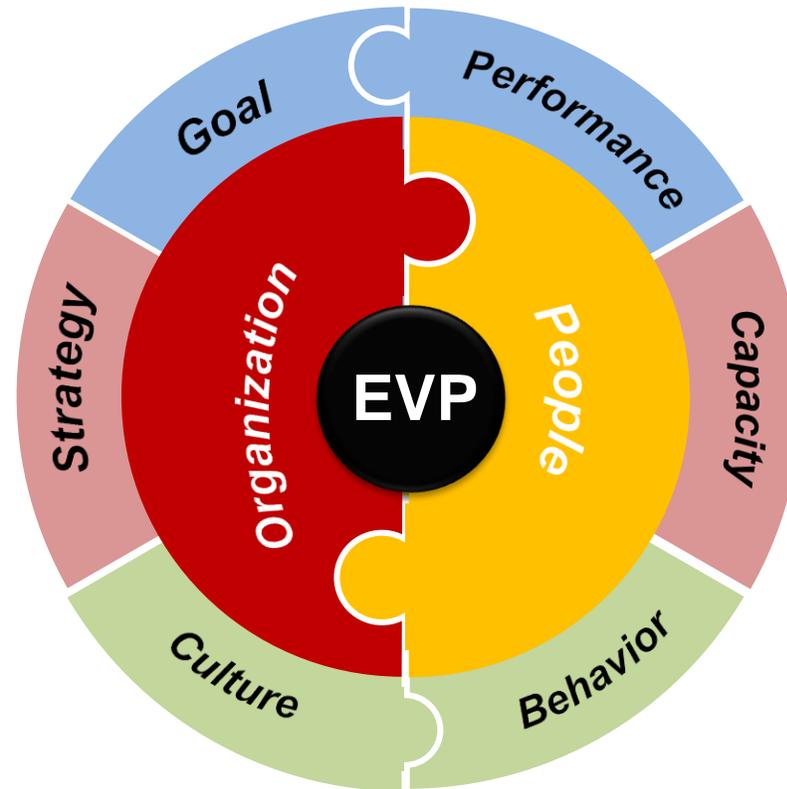
1. Terbukanya kesempatan mengembangkan diri (belajar)
2. Terbukanya kesempatan untuk pengembangan karier
3. Kesejahteraan melalui sistem *reward & recognition* (penghargaan dan pengakuan) yang adil
4. **Adanya rasa bangga untuk berkontribusi dalam melayani bangsa**



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Arsitektur *Human Capital*

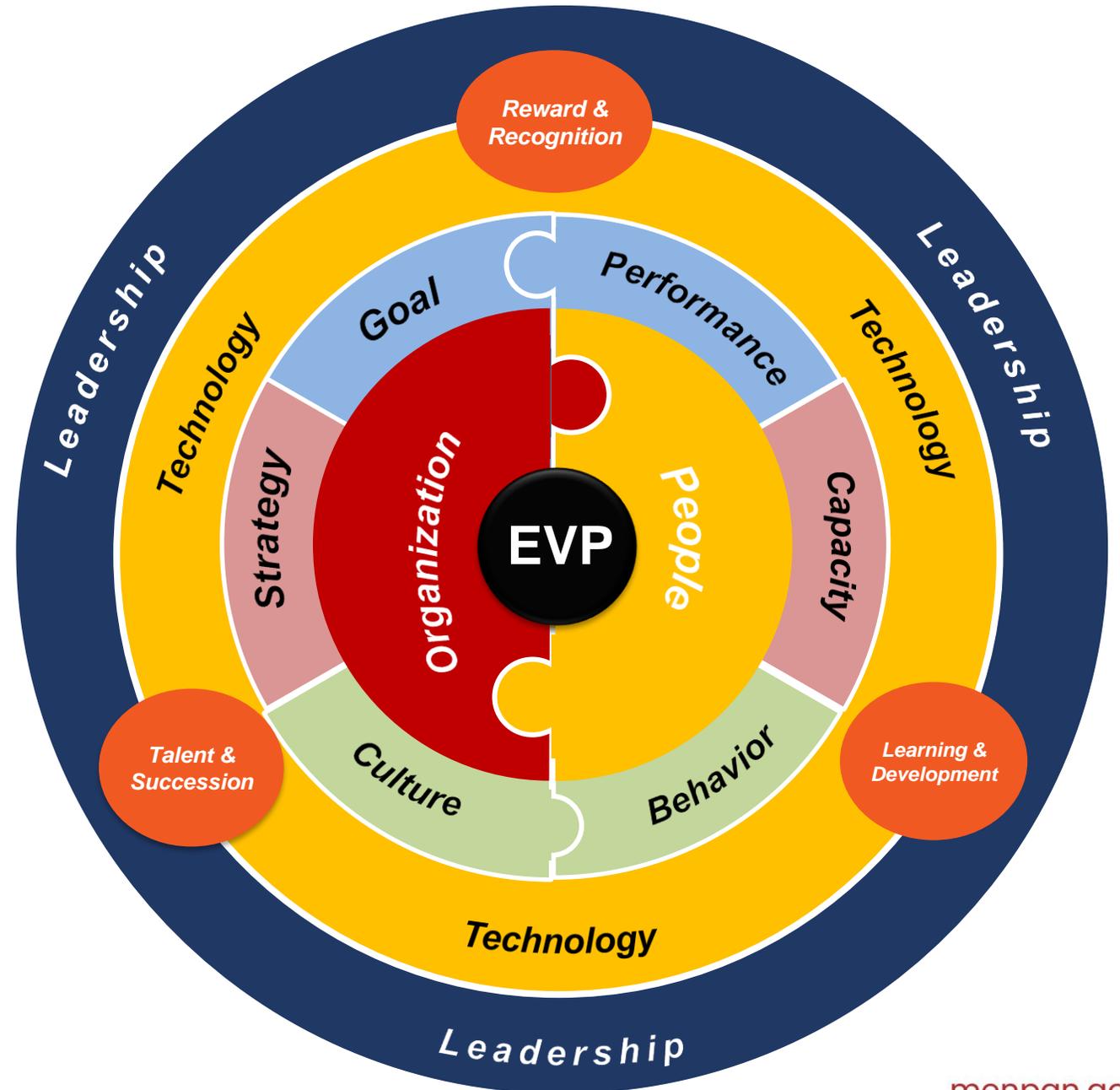




panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Arsitektur *Human Capital*



Transformasi Birokrasi Indonesia

BIROKRASI BERKELAS DUNIA DAN PELAYANAN PUBLIK YANG KOMPETITIF

AKUNTABILITAS KINERJA DAN PENGAWASAN EFEKTIF

Transformasi Organisasi

Delaying
Eselonisasi

Organisasi yang Agile, Fleksibel, dan Kolaboratif

Transformasi SDMA



ASN yang PROFESIONAL

Transformasi Sistem Kerja

Super Apps (Aplikasi Umum SPBE)

Digitalisasi
Pelayanan Publik

Digitalisasi
Proses Bisnis Pemerintah

Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Digital



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Strategi 6P untuk Akselerasi Transformasi ASN





Agenda

Strategi Akselerasi Transformasi ASN

Penguatan Budaya Kerja dan *Employer Branding*

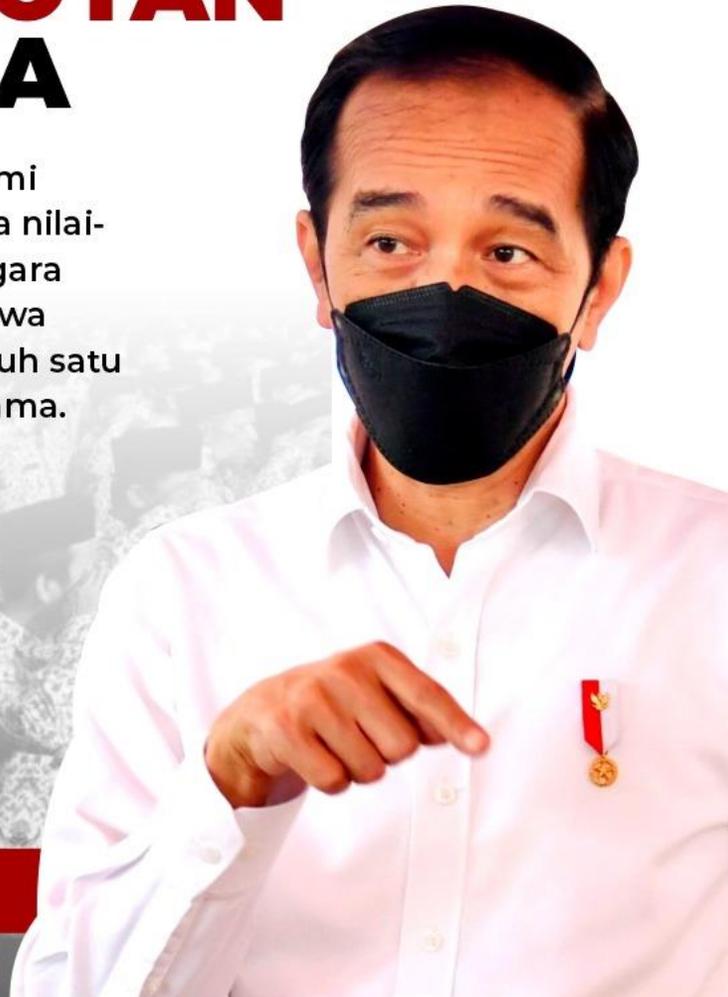
Survei Budaya Kerja ASN

Penguatan **Budaya Kerja** dan *Employer Branding*

SETIAP ASN HARUS MEMEGANG TEGUH SATU NILAI DASAR DAN SEMBOYAN YANG SAMA

Presiden Joko Widodo secara resmi meluncurkan fondasi baru berupa nilai-nilai dasar bagi Aparatur Sipil Negara (ASN). Presiden menegaskan bahwa setiap ASN harus memegang teguh satu nilai dasar dan semboyan yang sama.

Ir. H. Joko Widodo | PRESIDEN RI



Core Values ASN yang telah ditetapkan oleh Presiden pada tanggal 27 Juli 2021

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

**#bangga
melayani
bangsa**

menpan.go.id



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Satu Core Values ASN

1

Menyarikan dan menyederhanakan nilai-nilai dasar ASN serta panduan-panduan perilaku yang sudah diatur sesuai dengan UU Nomor 5 tahun 2014 dalam satu kesamaan persepsi yang lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh seluruh ASN → **topdown process**

2

Menyarikan nilai-nilai yang telah disusun oleh instansi pemerintah dalam satu rumusan baku yang dapat berlaku secara umum (banyak kesamaan nilai instansi pemerintah yang bisa disimpulkan menjadi *satu core values*) → **bottom-up process**

3

Satu *Core Values* akan memberikan penguatan budaya kerja yang mendorong pembentukan karakter ASN yang profesional **di manapun ASN ditugaskan**

4

Memudahkan **proses adaptasi** bagi ASN ketika yang bersangkutan berpindah ke instansi pemerintah lain (*talent mobility*)

5

Menjadi unsur untuk memperkuat peran ASN sebagai **perekat dan pemersatu bangsa**

6

Budaya kerja yang kuat akan mendorong kinerja organisasi dalam **jangka panjang**



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Core Values ASN

Kolaboratif

Kami membangun kerja sama yang sinergis

Berorientasi Pelayanan

Kami berkomitmen memberikan pelayanan prima demi kepuasan masyarakat

Adaptif

Kami terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan

Loyal

Kami berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara

BerAKHLAK

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

Akuntabel

Kami bertanggung jawab atas kepercayaan yang diberikan

Harmonis

Kami saling peduli dan menghargai perbedaan

Kompeten

Kami terus belajar dan mengembangkan kapabilitas



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Panduan Perilaku

Kolaboratif

- Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi
- Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah
- Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama

Adaptif

- Cepat menyesuaikan diri menghadapi perubahan
- Terus berinovasi dan mengembangkan kreativitas
- Bertindak proaktif

Loyal

- Memegang teguh ideologi Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, setia kepada NKRI serta pemerintahan yang sah
- Menjaga nama baik sesama ASN, Pimpinan, Instansi, dan Negara
- Menjaga rahasia jabatan dan negara

Berorientasi Pelayanan

- Memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat
- Ramah, cekatan, solutif, dan dapat diandalkan
- Melakukan perbaikan tiada henti

Akuntabel

- Melaksanakan tugas dengan jujur, bertanggung jawab, cermat, disiplin, dan berintegritas tinggi
- Menggunakan kekayaan dan barang milik negara secara efektif, dan efisien
- Tidak menyalahgunakan jabatan

BerAKHLAK

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

Harmonis

- Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya
- Suka menolong orang lain
- Membangun lingkungan kerja yang kondusif

Kompeten

- Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah
- Membantu orang lain belajar
- Melaksanakan tugas dengan kualitas terbaik



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Fondasi yang Kuat untuk Transformasi ASN



Employee Value Proposition ASN (Employer Branding ASN) :

“Bangga Melayani Bangsa”

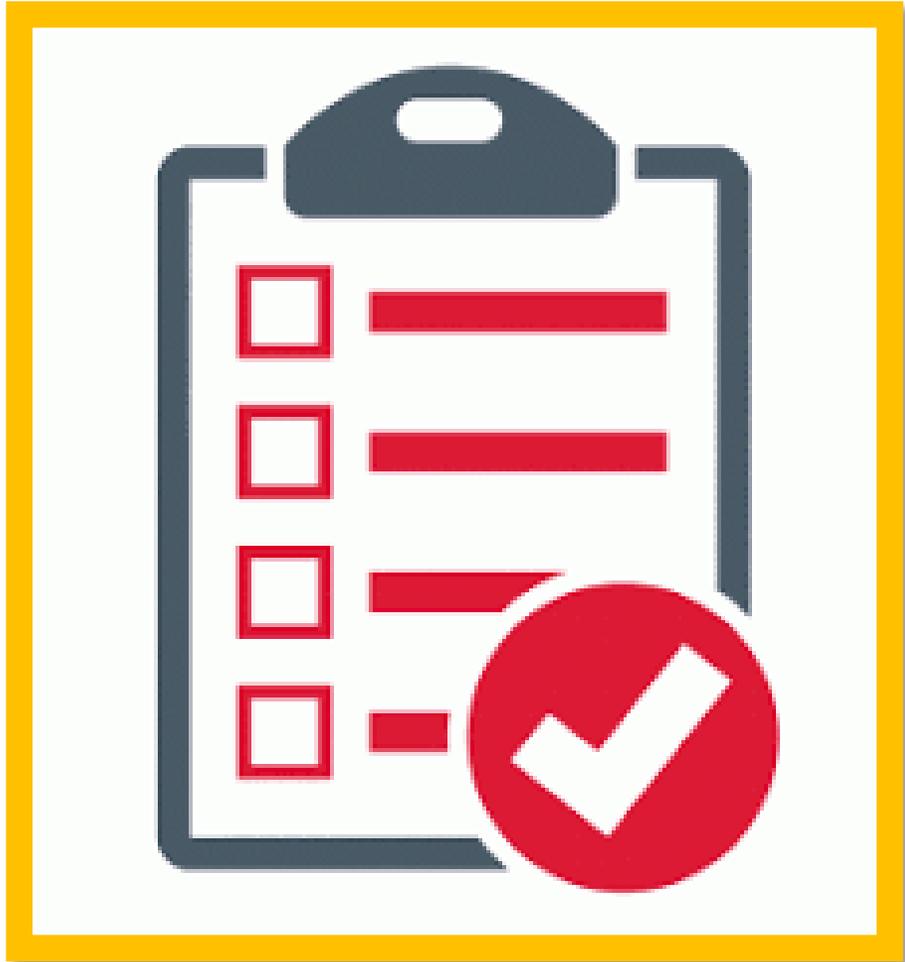


Agenda

Strategi Akselerasi Transformasi ASN

Penguatan Budaya Kerja dan *Employer Branding*

Survei Budaya Kerja ASN



Survei Budaya Kerja ASN Tahun 2022

1. Survei Indeks BerAKHLAK
2. Survei *Employee Engagement*
3. Survei *Employer Branding*

Survei Indeks BerAKHLAK



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Latar Belakang Survei Indeks BerAKHLAK



Core Values ASN BerAKHLAK diluncurkan pada tanggal 27 Juli 2021

2021

2022

Sosialisasi & Internalisasi CV ASN BerAKHLAK

2023

Aktivasi ASN BerAKHLAK

2024

Penguatan ASN BerAKHLAK

Monitoring efektivitas proses

Pengukuran dan Pemetaan Kesehatan Budaya Kerja

Survei Indeks BerAKHLAK

Pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kesehatan budaya organisasi mengenai:

1. **Implementasi** core values BerAKHLAK
2. **Keselarasn** antara nilai pribadi dan organisasi
3. **Aspirasi** pegawai ASN terhadap kondisi budaya yang ideal.

Hasil survei tahun 2022 ini akan dijadikan **baseline** pengukuran di tahun berikutnya

Hasil survei Indeks BerAKHLAK akan dijadikan **dasar rekomendasi perbaikan kebijakan** Penguatan Budaya Kerja ASN ke depannya



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Target Responden Survei Indeks BerAKHLAK



ASN

Stakeholders terkait

Akan melibatkan:
Kanreg BKN dan Kemendagri
untuk kolaborasi (diseminasi)
pelaksanaan survei agar dapat
menjangkau ASN di seluruh daerah



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Pertanyaan Survei Indeks BerAKHLAK

Nilai
Pribadi

Nilai Budaya
Unit Kerja yang Diharapkan

Nilai Budaya Instansi/Organisasi
yang Diharapkan



TOP OF MIND

Pilih 10 (sepuluh)
Nilai/Perilaku dan
urutkan berdasarkan
prioritasnya, dimulai
dari yang **PALING**
dirasakan
menggambarkan
hingga yang
KURANG dirasakan
menggambarkan

01

02

03

04

05

Nilai Budaya
Unit Kerja Saat Ini

Nilai Budaya
Instansi/Organisasi Saat Ini



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Tampilan Laman *Website* Survei Indeks BerAKHLAK

The desktop view of the website shows the header with the logo and name. The main content area features the 'BerAKHLAK' logo and tagline. Below this, there is a welcome message and a list of survey periods for various regions. On the right side, there is a 'Login' form with fields for NIP and PIN, a reCAPTCHA verification box, and a 'LOGIN' button.

panrb
KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

BerAKHLAK

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

Selamat datang di Survei Indeks Budaya Kerja ASN BerAKHLAK Tahun 2022, Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat **Implementasi core values BerAKHLAK** di setiap Instansi Pemerintah.

Adapun periode pengisian berdasarkan wilayah adalah sebagai berikut :

1. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Barat :
29 Agustus – 15 Oktober 2022
2. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Tengah:
16 Oktober – 31 Oktober 2022
3. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Timur:
1 November – 13 November 2022
4. Instansi Pusat (Kementerian / Lembaga) :
14 November – 6 Desember 2022

Login

NIP
Nomor Induk Pegawai

PIN
PIN Batch

I'm not a robot

LOGIN

The mobile view of the website shows the same header and main content as the desktop view, but with a responsive layout. The 'Login' form is positioned at the bottom of the page.

panrb
KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

BerAKHLAK

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

Selamat datang di Survei Indeks Budaya Kerja ASN BerAKHLAK Tahun 2022, Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat **Implementasi core values BerAKHLAK** di setiap Instansi Pemerintah.

Adapun periode pengisian berdasarkan wilayah adalah sebagai berikut :

1. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Barat :
29 Agustus – 15 Oktober 2022
2. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Tengah:
16 Oktober – 31 Oktober 2022
3. Instansi Pemda Wilayah Indonesia Timur:
1 November – 13 November 2022
4. Instansi Pusat (Kementerian / Lembaga) :
14 November – 6 Desember 2022

Login

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

menpan.go.id

Jadwal Pengisian Survei Indeks BerAKHLAK

	Kelompok 1	Kelompok 2	Kelompok 3	Kelompok 4
Waktu	29 Agustus – 15 Oktober 2022	16 – 31 Oktober 2022	1 – 13 November 2022	14 November – 6 Desember 2022
Peserta	Pemerintah Daerah Wilayah Indonesia Barat	Pemerintah Daerah Wilayah Indonesia Tengah	Pemerintah Daerah Wilayah Indonesia Timur	Instansi Pemerintah Pusat
PIN	WIB001	WITA02	WIT003	IPUSAT

Link Survei Indeks BerAKHLAK: <https://sib.menpan.go.id/>

Tutorial Pengisian Survei Indeks BerAKHLAK

TUTORIAL

Survei

- ***Employee Engagement (EE)***
- ***Employer Branding (EB)***



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

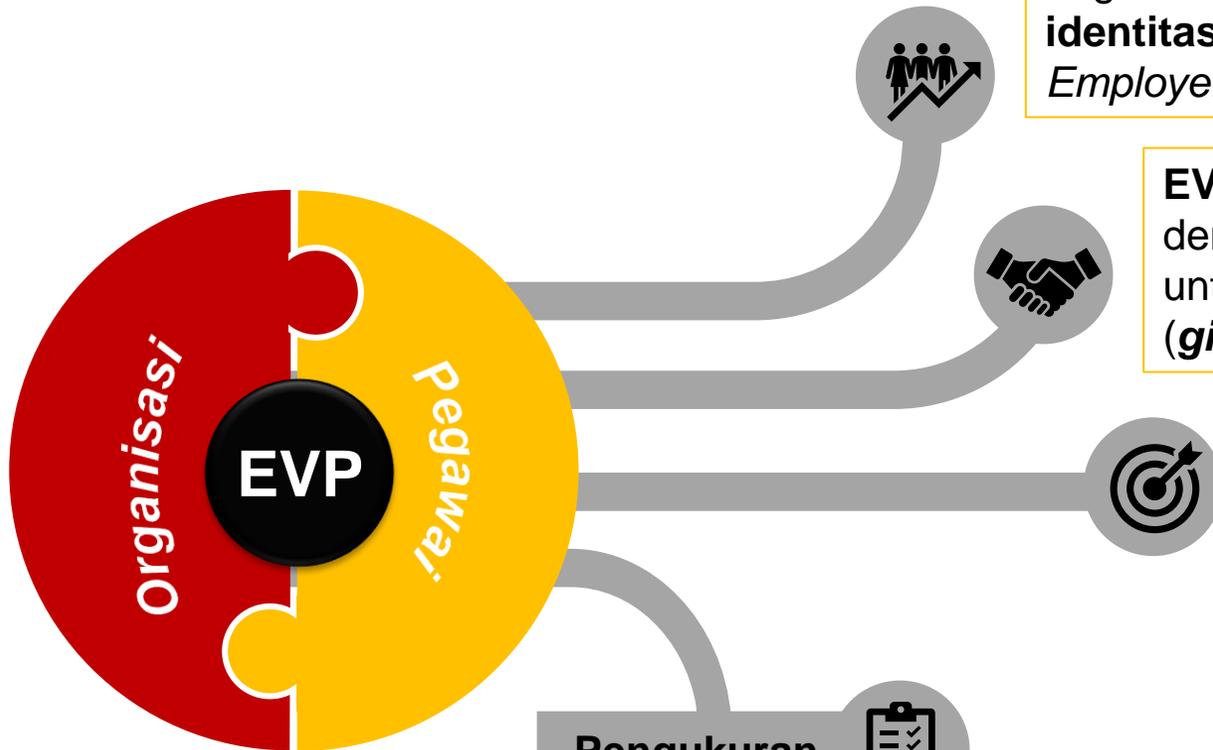
Latar Belakang Survei EE dan EB

Organisasi perlu menciptakan strategi khusus untuk membangun **identitas, citra, dan nilai positif** dengan cara meningkatkan *Employer Branding* melalui **Employee Value Proposition (EVP)**

EVP → **perekat** antara Instansi Pemerintah sebagai organisasi dengan para pegawai (ASN), dimana kedua belah pihak bersepakat untuk saling mengikatkan diri dan saling memberikan nilai tambah (*give and take*)

Tujuan EVP:

1. Mempertahankan dan meningkatkan loyalitas *the right talent* yang telah memberikan performa yang optimal untuk organisasi
2. Meningkatkan rasa kebanggaan menjadi ASN
3. Meningkatkan daya tarik bagi *targeted talent* untuk bergabung menjadi ASN



Pengukuran



Perspektif Internal

Employee Engagement

Mengetahui **tingkat keterikatan ASN** sehingga dapat meningkatkan komitmen dan juga mempertahankan ASN yang merupakan talenta-talenta terbaik

Perspektif Eksternal

Employer Branding

Mengetahui **tingkat ketertarikan masyarakat** untuk bergabung menjadi ASN sehingga dari sisi rekrutmen, Instansi Pemerintah dapat memperoleh talenta yang diharapkan sesuai dengan target organisasi (*targeted talent*)

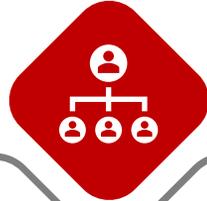
Survei *Employee Engagement*



Target Responden Survei *Employee Engagement*



Jumlah tiap instansi pemerintah yang mengisi survei minimal 140 orang



ASN yang mengisi survei harus dapat mewakili setiap jenjang dari setiap kelompok jabatan (JPT-JA-JF)



Bagi instansi pusat vertikal yang memiliki unit kerja di seluruh Indonesia, ASN yang mengisi survei diharapkan memenuhi perwakilan berbagai wilayah di Indonesia (WIB-WITA-WIT)

Profil/Demografi

- NIP
- Instansi
- Kelompok Jabatan
- Total Masa Kerja menjadi ASN

Stakeholders terkait

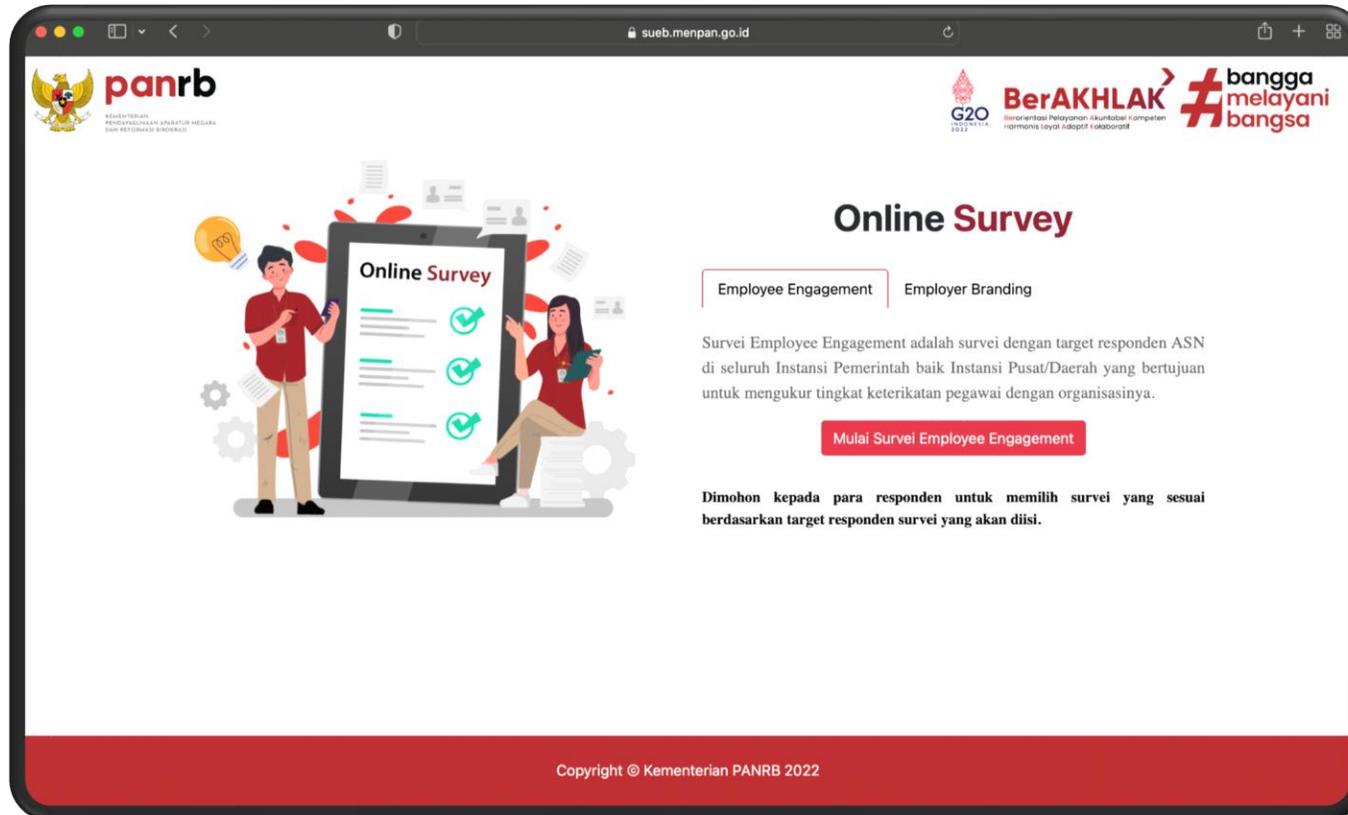
Akan melibatkan Kemendagri & Pemerintah Daerah serta BKN (Kanreg) untuk kolaborasi dalam bantuan diseminasi survei EE



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Tampilan Laman Website Survei *Employee Engagement*



Link Survei *Employee Engagement*: <https://sueb.menpan.go.id/>



Pertanyaan Survei *Employee Engagement*

1 Seberapa besar anda akan merekomendasikan orang lain (keluarga, teman, kolega, dll) untuk menjadi ASN? *

Sangat Tidak Merekomendasikan 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sangat Merekomendasikan

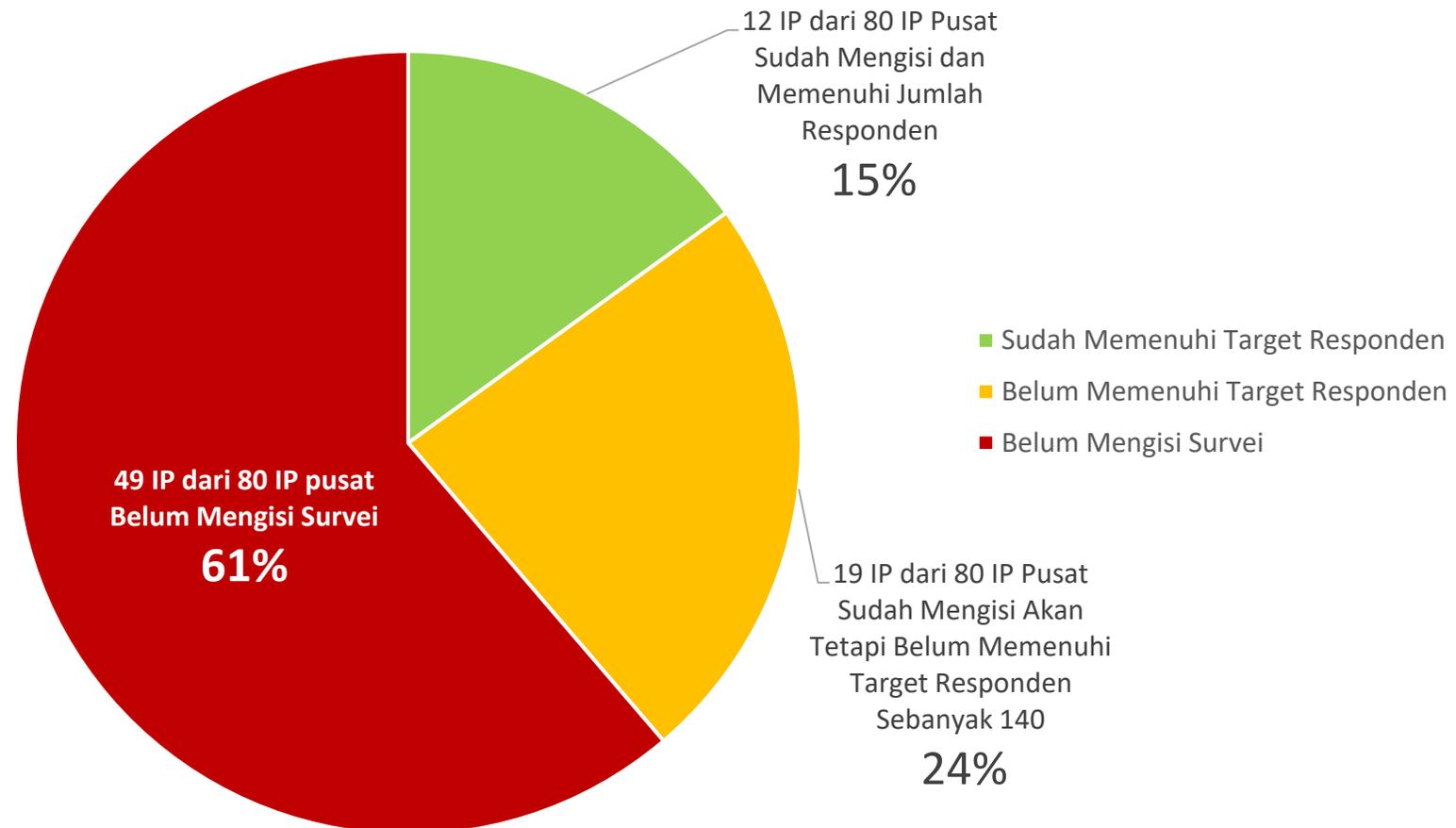
2 Apa alasan anda memberikan score di atas? *



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Jumlah Responden Pengisian Survei *Employee Engagement* Instansi Pusat



Survei *Employer Branding*



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Target Responden Survei *Employer Branding*

Mahasiswa

Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (PTN)
Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta (PTS)



Pegawai

Pegawai Swasta
Pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
Pegawai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)



Diaspora (WNI di LN)

Mahasiswa
Pegawai Profesional



**NON
ASN**

Profil/Demografi

- Nama Lengkap
- Jenis Kelamin
- Usia
- Pendidikan terakhir
- **Domisili saat ini:**
Indonesia
Luar Negeri/Luar Indonesia(Diaspora)
- Pekerjaan

Mahasiswa:

- Nama Perguruan Tinggi
- Jenis Perguruan Tinggi
- Rumpun Jurusan Pendidikan

Pegawai:

- Nama Perusahaan
- Status Kepegawaian
- Level Jabatan
- Total Masa Kerja

Diaspora:

- Benua
- Pekerjaan



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Target Responden Survei Employer Branding

Target Responden Survei Employer Branding

1. MAHASISWA

- | | |
|---|---|
| 1. Universitas Lampung | 1. Universitas Teknokrat Indonesia |
| 2. Universitas Andalas | 2. Institut Informatika & Bisnis Darmajaya |
| 3. Universitas Sriwijaya | 3. Universitas Medan Area |
| 4. Universitas Indonesia | 4. Universitas Bina Nusantara |
| 5. Universitas Gadjah Mada | 5. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta |
| 6. Universitas Brawijaya | 6. Universitas Mercu Buana |
| 7. Universitas Mulawarman | 7. UNTAG Samarinda |
| 8. Universitas Lambung Mangkurat | 8. STIKES Mutiara Mahakam |
| 9. Universitas Hasanudin | 9. Universitas Muhammadiyah Kaltim |
| 10. Universitas Sam Ratulangi | 10. Universitas Muslim Indonesia Makassar |
| 11. Universitas Negeri Makassar | 11. Universitas Muhammadiyah Luwuk |
| 12. Universitas Musamus Merauke | 12. Universitas Fajar |
| 13. Universitas Cenderawasih | 13. Universitas Pendidikan Muhammadiyah |
| 14. Politeknik Kelautan & Perikanan Sorong | 14. STIA Karya Dharma Merauke |
| 15. Universitas Udayana | 15. Universitas Muhammadiyah Sorong |
| 16. Universitas Mataram | 16. Institut Teknologi dan Bisnis Universitas Warmadewa |
| 17. Universitas Mataram | 17. STIKOM Bali |
| 18. Universitas Pendidikan Ganesha insitut Agama Islam Negeri Ambon | 18. Universitas Teknologi Sumbawa |
| 19. Universitas Pattimura | 19. Universitas Darussalam UNIDAR Ambon |
| 20. Universitas Khairun | 20. UKIM Ambon |
| | 21. Universitas Halmahera UNIERA |

Target Responden Survei Employer Branding

2. PEGAWAI

- | | |
|--|---|
| 1. PDAM Tirta Bhagasasi | 32. PT BPD Sulawesi Selatan dan Barat |
| 2. PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur | 33. PT BPD Sulawesi Tenggara |
| 3. Perumda Air Minum Jaya | 34. PT BPD Sulawesi Utara Gorontalo |
| 4. Perumda Air Minum Kota Padang | 35. PT BPD Sumsei & Bangka Belitung |
| 5. Perumda Aneka Usaha Kab. Kuningan | 36. PT BPD Sumatera Utara |
| 6. Perumda BPR Bank Kota Bogor | 37. PT BPR Bank Daerah Gunungkidul |
| 7. Perumda BPR Bank Kulon Progo | 38. PT BPR Bank Sieman |
| 8. Perumda Pajajaya | 39. PT BPR Serang |
| 9. Perumda Pasar Jaya | 40. PT Bumi Siak Pusako |
| 10. Perumda Tirta Hidayah Kota Bengkulu | 41. PT Food Station Tjipinang Jaya |
| 11. PT Agro Jabar | 42. PT Jakarta Industrial Estate Pulogadung (Persero) |
| 12. PT Bangun Banua Kalimantan Selatan | 43. PT Jakarta International Expo |
| 13. PT Bank Aceh Syariah | 44. PT Jakarta Tourisindo |
| 14. PT Bank Nagari | 45. PT Jasa Sarana |
| 15. PT Bank NTB Syariah | 46. PT Jateng Petro Energi (Perseroda) |
| 16. PT Bank Pembangunan Daerah NTT | 47. PT Ketenagalistrikan Kaltim (Perseroda) |
| 17. PT Bank Perkreditan Rakyat Jawa Timur | 48. PT Maluku Energi Abadi |
| 18. PT Bina Bangun Wibawa Mukti | 49. PT Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta |
| 19. PT BPD Bali | 50. PT Migas Hulu Jabar |
| 20. PT BPD Banten | 51. PT Migas Mandiri Pratama Kaltim |
| 21. PT BPD Bengkulu | 52. PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk. |
| 22. PT BPD D.J Yogyakarta | 53. PT Petrogas Jatim Utama (Perseroda) |
| 23. PT BPD DKI Jakarta | 54. PT Transportasi Jakarta (TransJakarta) |
| 24. PT BPD Jambi | 55. PT. BPRS Patriot |
| 25. PT BPD Jawa Barat & Banten Tbk. | 56. PT. Jamkrida Bali Mandara |
| 26. PT BPD Jawa Tengah | 57. PT. Jamkrida Sulsei |
| 27. PT BPD Jawa Timur Tbk. | 58. PT. Pembangunan Sulawesi Tengah |
| 28. PT BPD Kalimantan Barat | 59. PT. Sarana Patra Hulu Cepu |
| 29. PT BPD Kalimantan Selatan | 60. RSUD dr. Soehadi Prijonegoro Sragen |
| 30. PT BPD Kalimantan Tengah | 61. RSUD Kota Tangerang |
| 31. PT BPD Kalimantan Timur & Kalimantan Utara | 62. RSUD Pasar Minggu |

Target Responden Survei Employer Branding

2. PEGAWAI

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. Adaro Energy Tbk. | 1. Aneka Tambang Tbk. |
| 2. Astra International Tbk. | 2. Bank Mandiri (Persero) Tbk. |
| 3. Bank Central Asia Tbk. | 3. BNI (Persero) Tbk. |
| 4. Bank Jago Tbk. | 4. BRI (Persero) Tbk. |
| 5. Barito Pacific Tbk. | 5. Bank Syariah Indonesia Tbk. |
| 6. BFI Finance Indonesia Tbk. | 6. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. |
| 7. Bukalapak.com Tbk. | 7. Bukit Asam Tbk. |
| 8. Chandara Asri Petrochemical Tbk. | 8. Perusahaan Gas Negara Tbk. |
| 9. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. | 9. PT Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero) |
| 10. Elang Mahkota Teknologi Tbk. | 10. PT Biofarma (Persero) |
| 11. Erjaya Swasembada Tbk. | 11. PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) |
| 12. GoTo Gojek Indonesia Tbk. | 12. PT Dahana (Persero) |
| 13. H.M. Sampoerna Tbk. | 13. PT Hutama Karya (Persero) |
| 14. Harum Energy Tbk. | 14. PT Indonesia Power |
| 15. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. | 15. PT Industri Kereta Api (Persero) |
| 16. Indika Energy Tbk. | 16. PT Jaminan Kredit Indonesia (Persero) |
| 17. Indo Tambang Raya Megah Tbk. | 17. PT Jasa Raharja |
| 18. Indocement Tunggai Prakarsa Tbk. | 18. PT KAI (Persero) |
| 19. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. | 19. PT Kimia Farma Tbk. |
| 20. Indofood Sukses Makmur Tbk. | 20. PT LEN Industri (Persero) |
| 21. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. | 21. PT Pelabuhan Nusantara III (Persero) |
| 22. Kalbe Farma Tbk. | 22. PT Perkebunan Nusantara III (Persero) |
| 23. Medco Energy International Tbk. | 23. PT Pertamina (Persero) |
| 24. Media Nusantara Citra Tbk. | 24. PT Phapros Tbk. |
| 25. Merdeka Copper Gold Tbk. | 25. PT Pupuk Indonesia (Persero) |
| 26. Mitra Keluarga Karyasehat Tbk. | 26. PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) |
| 27. Sarana Menara Nusantara Tbk. | 27. PT Scafindo (Persero) |
| 28. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. | 28. PT Taspen (Persero) |
| 29. Tower Bersama Infrastructure Tbk. | 29. Semen Indonesia (Persero) Tbk. |
| 30. Unilever Indonesia Tbk. | 30. Telkom Indonesia (Persero) Tbk. |
| 31. United Tractors Tbk. | 31. Timah Tbk. |
| 32. Vale Indonesia Tbk. | 32. Wijaya Karya (Persero) Tbk. |
| 33. XL Axiata Tbk. | |

Target Responden Survei Employer Branding

3. DIASPORA (WNI di luar negeri)

Mahasiswa

Pegawai Profesional

Diaspora yang berada di benua:
Asia
Australia – Oceania
Afrika
Amerika Selatan
Amerika Utara
Eropa





panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Pertanyaan Survei *Employer Branding*

1

Dari skala 0 sampai 10, seberapa besar ketertarikan Anda untuk bergabung dan bekerja sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN)? (Klik pada skala yang paling sesuai menggambarkan diri Anda)

Sangat Tidak Tertarik 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sangat Tertarik

2

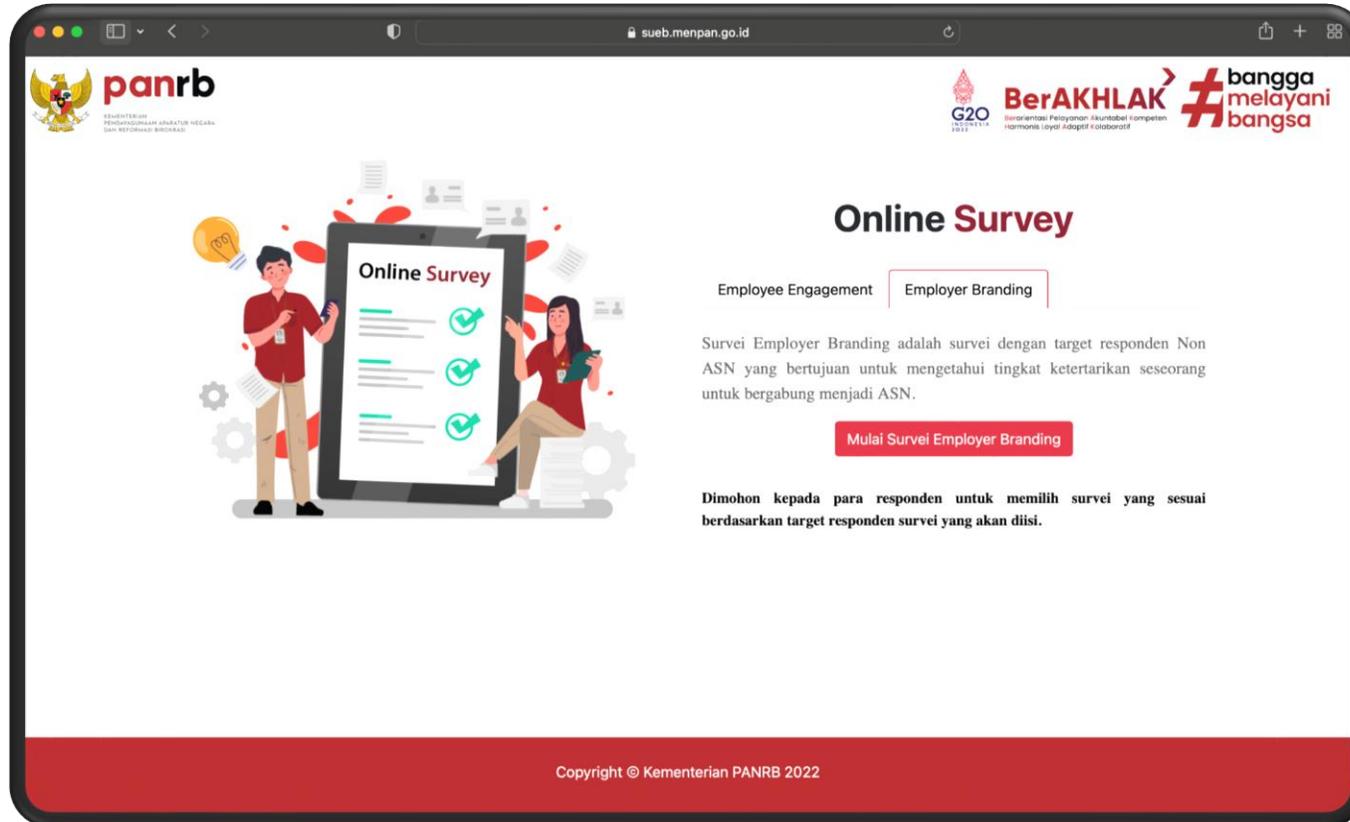
Apakah alasan utama Anda dalam memilih skala pada pertanyaan di atas?(dimohon untuk menjelaskan alasan tersebut secara spesifik)



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Tampilan Laman Website Survei *Employer Branding*



Link Survei *Employee Branding*: <https://sueb.menpan.go.id/>



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

ASN Culture Fest 2022



bangga
melayani
bangsa

Latar Belakang

Pelaksanaan Kebijakan terkait Penguatan Budaya Kerja

Peraturan Menteri PANRB No. 6 Tahun 2022
Surat Edaran Menteri PANRB No. 20 tahun 2021

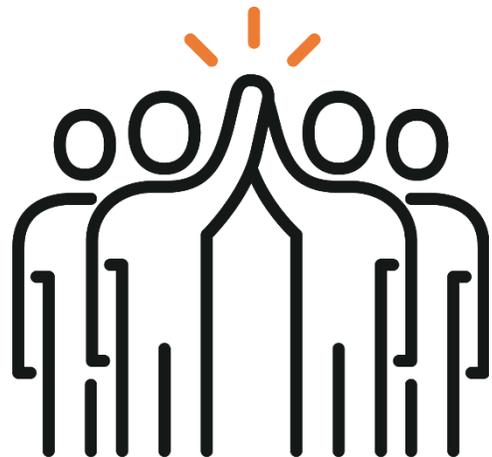
Ajang *Best Implementation Core Values ASN* BerAKHLAK

Sarana komunikasi untuk berdiskusi mengenai program penguatan budaya kerja



Sumber: Badan Pusat Statistik

Hasil (*Outcome*)



Menciptakan Budaya Kerja ASN sesuai dengan *Core Values* BerAKHLAK



Meningkatkan citra positif terhadap ASN sesuai dengan *Employer Branding* “Bangga Melayani Bangsa”



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Tema Acara



BerAKHLAK
Spirit and Energy for Transformation

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Visitor and Exhibitor

Visitors:

ASN dan masyarakat

Virtual Exhibition dapat diakses oleh
siapaapun

Exhibitor:

100 Instansi Pemerintah

Pendaftar tercepat untuk berpartisipasi
dalam acara *ASN Culture Fest 2022*.
Ada pembagian kuota Instansi Pusat (30),
Provinsi (20) dan Kabupaten/Kota (50)

Link Pendaftaran ASN *Culture Fest* 2022:
<https://bit.ly/FormPendaftaranCultureFest>



panrb

KEMENTERIAN
PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI

Contoh Aktivasi BerAKHLAK

NO	KOMPONEN
1.	<i>Launching/Ceremonial</i> Deklarasi Komitmen Pimpinan
2.	Kebijakan Internal (Peraturan, Himbauan, Edaran, dll.)
3.	Pembuatan Pedoman (Contoh Perilaku)
4.	<i>E-learning Core Values</i> (Video, Aplikasi, dll.)
5.	Keaktifan Media Sosial
6.	Simbol/Artefak BerAKHLAK (<i>Banner, Kaos, Pin, Topi, Tas, dll.</i>)
7.	Kreativitas Kegiatan Internalisasi

Konsep Acara

HYBRID

Daring



**Zoom
Meeting**



Youtube



Website

Untuk mengunduh
semua informasi
mengenai
implementasi *Core
Values* BerAKHLAK

Luring



Puncak acara secara luring pada 13 Desember 2022 dihadiri:

1. Menteri PANRB
2. Para Kepala Lembaga Paguyuban (BKN, LAN, dan KASN)
3. Para Pejabat Pembina Kepegawaian setingkat Menteri dan Kepala Daerah yang menerima penghargaan
4. Para Pejabat Eselon 1 Kementerian PANRB
5. Tim Instansi Pemerintah Pengisi Acara
6. Tim Asisten Deputi Penguatan Budaya Kerja
7. Tim *Event Organizer* (EO)

No	Aktivitas	Waktu	Keterangan
1.	<i>Kickoff Meeting</i>	9 November 2022	Sesi Diskusi dan Penjelasan Acara
2.	Pendaftaran	7 – 16 November 2022	100 Instansi Pendaftar tercepat (30 IP Pusat, 20 Pemprov, 50 Pemkab/Kota)
3.	Unggah Dokumen <i>Website</i>	10 November – 2 Desember 2022	Akan disediakan <i>link google sheet</i> untuk mencantumkan <i>link youtube/drive</i>
4.	Aktivasi <i>Website</i>	13 Desember 2022 – 30 Januari 2023	Setiap Instansi Pemerintah akan tayang selama 3 - 5 hari

Materi harus berupa bentuk-bentuk kegiatan yang sudah diunggah ke:

1. *Youtube Channel*
2. *Google Drive*
3. *Media Online*

Tautan *link* dapat diinformasikan ke dalam *google sheet* yang disediakan oleh Kementerian PANRB (diinformasikan pada WA Grup 100 *Exhibitors*)

Detail Konten *Website*:

1. Alamat email
2. Logo Instansi (PNG)
3. Nama Instansi
4. Video (link youtube)
5. Bahan Paparan (dokumen pdf)
6. Berita (link artikel/berita)
7. Gambar (JPG / PNG)

Teaser ASN Culture Fest 2022



Link Materi

<https://bit.ly/MateriBudayaKerja15>

TERIMA KASIH



DISCLAIMER:

This document is strictly private, confidential and personal to its recipients and should not be copied, distributed or reproduced in whole or in part, nor passed to any third party without the consent and prior approval of the Author.