

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Dalam *New Public Management* (NPM) memandang masyarakat yang dilayani sebagai *customer*. Administrasi publik bertanggung jawab kepada *customernya* dengan memberikan pelayanan publik yang memuaskan. Dengan adanya *e-commerce* menjadikan Pos Indonesia harus mengembangkan organisasi yang “miskin struktur kaya fungsi” yang dulunya dilakukan secara manual maka dalam era transformasi *e-commerce* saat ini birokrasi harus mampu merubah menjadi organisasi yang meningkatkan kompetensi administrasi yang transparan dan efisien dengan cara melakukan upaya-upaya inovasi.
- 2) Bentuk inovasi yang di terapkan di Kantor Pos Pusat kebonrojo tergolong inovasi proses dan inovasi produk. Antara lain : O-ranger, Mobile Postal Sevice, M-pospay dan Pos Order Number dengan adanya inovasi tersebut memiliki keterkaitan dengan tipe inovasi organisasional yaitu metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi dan tanggung jawab maupun inovasi bisnis. Inovasi tersebut mempunyai keuntungan keunggulan dan nilai lebih terhadap manfaat tingkat proses dan pengelolaan yang diharapkan bisa meningkatkan kualitas jasa pengiriman yang berdaya saing. Namun inovasi ini masih kurang maksimal karena keterbatasan dan SDM dan promosi.
- 3) Kualitas pelayanan yang diukur menggunakan standar pelayanan publik KEPMENPAN No.63/Kep/M.PAN/7/2003 yang terdiri dari enam indikator yaitu prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana dan prasarana dan kompetensi petugas pemberi

layanan yang ada di Kantor Pos pusat Kebonrojo Surabaya dapat dikategorikan sudah memuaskan, sehingga perlu dipertahankan dan yang masih kurang baik perlu adanya evaluasi dan ditingkatkan.

6.1 Saran

- 1) Perlu dibangunnya komunikasi dan koordinasi antara Kantor Pos Pusat. Kantor Cabang maupun agen pos untuk menjaga kualitas dan nama baik Pos Indonesia untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) Saat ini Pos masih dianggap rendah dibandingkan pesaing swasta lainnya, artinya masyarakat menganggap bahwa mengirim barang lewat pos kurang keren dan bersifat kuno maka harus menciptakan *Brand Image* dengan melakukan promosi melalui web, media sosial, pameran, spanduk atau reklame dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat.
- 3) Lebih berani mengambil resiko terhadap pengembangan-pengembangan inovasi yang sudah ada maupun inovasi yang akan dilaksanakan.