

# PENGARUH MANAJEMEN SISTEM *SINGLE SIGN ON* (SSO) TERHADAP *LEAN SERVICE* PRODUK JASA PENDIDIKAN PADA INSTITUT STIAMI KAMPUS BEKASI A

Januar Sobirin<sup>1</sup>, Hartono<sup>2</sup>, Cundo Harimurti<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami<sup>1,2</sup>

Email : [callmejans@gmail.com](mailto:callmejans@gmail.com)

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Keywords :

Single Sign On (SSO), Lean Service

*This research aims to analyze the influence of SSO management systems on lean service products of educational services at the Stiami Institute of Bekasi A Campus.*

*The method used the quantitative research type through a descriptive approach, involving 31 respondents as samples by distributing questionnaires. The collected data were scored and then analyzed using the SPSS program (Statistic Program for Social Science) 23.0 for Windows.*

*The results of this research indicate that the SSO management system has a positive and significant effect on the lean service of educational services at the Stiami Institute of Bekasi A Campus. The percentage of the influence of SSO system management on the lean service product education services of the Institut Stiami Bekasi A based on the coefficient determination test results is 26 %. The rest is influenced by other factors*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Program SSO ini hampir digunakan oleh seluruh perguruan tinggi baik yang dimiliki oleh pemerintah, maupun swasta termasuk didalamnya Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami, atau lazim dikenal dengan nama Institut Stiami.

Selanjutnya berdasarkan informasi yang penulis peroleh, penerapan program SSO di Institut Stiami secara umum di rintis semenjak tahun 2015, dan dioperasikan secara serentak pada tahun 2016, termasuk di Kampus Bekasi A.

Semenjak diterapkannya sistem SSO di Institut Stiami khususnya di Kampus Bekasi A, tentunya mengalami banyak kendala, terutama dalam hal proses adaptasi sistem pembayaran biaya kuliah dan juga pelayanan akademik, namun seiring berjalannya waktu, setiap permasalahan sedikit-demi sedikit mampu teratasi, walaupun belum dapat dinilai sempurna.

Adanya fungsi diterapkannya sistem SSO bagi Institut Stiami Kampus Bekasi A, diharapkan mampu mengikis atau mengurangi kegiatan-kegiatan yang berakibat pada lambatnya kualitas layanan. Hal inilah yang dinamakan *lean service*, dimana *Lean* itu sendiri merupakan sebuah sistem manajemen yang sepenuhnya berfokus pada efisiensi, dengan tujuan mengurangi biaya, siklus waktu layanan dan persediaan.

Berdasarkan pengamatan sementara yang penulis lakukan pada bulan Februari 2019 yang lalu, penulis menemukan beberapa fenomena permasalahan terkait pelayanan pendidikan di Institut Stiami Kampus Bekasi A, yaitu diantaranya, mahasiswa masih mengeluhkan terkait lambatnya data informasi akademik pada SSO. Kemudian mahasiswa juga mengeluh kesulitan saat melakukan transfer, terkadang lamanya Lead time mahasiswa dalam memperoleh hasil nilai kemajuan hasil studi melalui SSO, selain itu juga mahasiswa mengeluh terkait lambatnya respon pelayanan dalam menjawab pertanyaan mahasiswa. Dari sisi data akademik, adanya penurunan perolehan mahasiswa baru, selain itu pula adanya peningkatan angka turn over mahasiswa. Dan terlepas dari itu semua, tampak ada indikasi kurangnya sosialisasi penggunaan sistem SSO yang dilakukan oleh pihak manajemen Institut Stiami. Keluhan-keluhan yang terkait dengan SSO tersebut, tentunya berimbas pada sistem pelayan pendidikan secara keseluruhan.

### Ruang Lingkup Penelitian

Yang menjadi ruang lingkup pada penelitian ini, yakni meliputi penerapan penggunaan sistem SSO, kualitas layanan dan juga konsep lean service yang dilakukan oleh manajemen Institut Stiami Kampus Bekasi A.

Akan tetapi mengingat luasnya cakupan dalam penelitian ini, maka penulis membatasi pembahasannya pada pengaruh manajemen sistem *Single Sign On* (SSO) terhadap lean service produk jasa pendidikan Institut Stiami Kampus Bekasi A.

## KAJIAN PUSTAKA

### Konsep dan Ruang Lingkup Sistem Informasi *Single Sign On* (SSO)

*Single Sign On* (SSO) merupakan bentuk Sistem Informasi yang menggunakan teknologi komputer dan jaringan internet. Pada prinsipnya *Single Sign On* adalah sebuah mekanisme yang membuat user hanya perlu mengingat satu username dan password yang autentik untuk membuka beberapa layanan sekaligus (Priyo Puji Nugroho, 2012:21). Sistem *Single Sign On* menghindari login ganda dengan cara mengidentifikasi subjek secara ketat dan memperkenankan informasi otentikasi untuk digunakan dalam sistem atau kelompok sistem yang terpercaya. Sistem SSO dapat meningkatkan kegunaan jaringan secara keseluruhan dan pada saat yang sama dapat memusatkan pengelolaan dari parameter sistem yang relevan (Aminudin, 2014:110).

Nilai dari sistem informasi ditentukan dari dua hal, yaitu manfaat dan biaya mendapatkannya. Suatu informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya (Jogiyanto, H.M, 2010:11). Pengukuran suatu nilai informasi biasanya dihubungkan dengan *Analysis Cost Effectiveness* atau *Cost Benefit*. Adapun 12 (dua belas) sifat yang merupakan alat ukur nilai sistem informasi yaitu sebagai berikut:

- a. Akurat (*accuracy*) : bebas dari kesalahan, tidak bias / menyesatkan, jelas mencerminkan maksudnya.
- b. Bentuk (*form*) : kualitatif atau kuantitatif, numerical atau berupa grafik, ringkas atau rinci.
- c. Frekuensi (*frequency*) : seberapa sering informasi dibutuhkan, dikumpulkan atau dihasilkan.
- d. Kelebarannya (*breadth*) : ruang lingkup, meliputi berbagai bidang atau hanya satu bidang saja.
- e. Asal (*origin*) : informasi berasal dari dalam atau dari luar perusahaan / organisasi.
- f. Orientasi waktu (*time horizon*) : informasi dapat berorientasi pada masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang.
- g. Tepat pada waktunya (*timeliness*) : informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan tidak boleh terlambat, keterlambatan dapat mengakibatkan informasi tidak mempunyai nilai lagi.
- h. Relevan (*relevance*) : mempunyai manfaat untuk digunakan sebagaimana mestinya, sesuai peruntukannya.
- i. Lengkap (*completeness*) : mengandung semua data – data yang penting yang dibutuhkan semua pengguna informasi.
- j. Ekonomis (*economies*) : informasi yang dihasilkan melalui proses yang ekonomis (dari segi biaya)
- k. Sederhana (*simple*) : informasi sebaiknya tidak terlalu kompleks, tidak bertele – tele sehingga memudahkan penentuan prioritas.
- l. Dapat dibuktikan (*approved*) : informasi harus dapat dibuktikan, dapat di cek kebenarannya

### Ruang lingkup *Lean Service*

Secara konsep, implementasi *Lean Service* di industri jasa hampir sama dengan penerapan *Lean Enterprise* pada industri manufaktur, dan seringkali menggunakan teknik dan ‘alat’ yang sama. Karena itu, dalam bisnis layanan jasa juga terdapat beberapa “Waste” bentuk-bentuk pemborosan yang tidak memiliki nilai tambah dan cenderung merugikan, seperti halnya dalam industri manufaktur, yang dapat menghambat operasional dan merugikan perusahaan.

Waste yang terjadi dalam bidang pelayanan berbuntut kepada pudarnya loyalitas, hilangnya kepercayaan pelanggan, berkurangnya profit, dan mempengaruhi image perusahaan di mata umum secara langsung. Mungkin jika melihat melalui kacamata pelanggan dan merasakan pengalaman mereka, kita akan dapat lebih memahami layanan jasa yang kita tawarkan dan melakukan banyak perbaikan.

Berikut adalah Seven Wastes yang sering terjadi dalam bisnis berbasis jasa, yang dilihat dari sudut pandang pelanggan (Pornomo dan Sutapa, 2017:2) diantaranya:

- a. *Delays*. Penundaan atau *delay* dapat berbentuk waktu tunggu yang harus dialami pelanggan dalam proses antrian untuk mendapatkan layanan, produk, informasi, pengiriman, atau apapun yang tidak tiba atau selesai dalam waktu yang dijanjikan. Pemborosan waktu yang dialami pelanggan mungkin tidak akan merugikan perusahaan sampai pelanggan tersebut beralih kepada kompetitor yang dapat menangani delay dengan lebih baik.

- b. *Duplication*. Harus mengisi data yang sama berulang-ulang, menyalin informasi yang sama, menjawab banyak kuisisioner. Seberapa sering pelanggan harus mengisi beberapa formulir dengan pertanyaan-pertanyaan sejenis ketika berada dalam layanan kantor pemerintahan, atau ketika mengurus buking paket liburan, atau ketika akan membuka akun bank baru? Duplikasi seringkali menjelma menjadi pemborosan yang menjengkelkan dan kegiatan yang membuang waktu yang dapat membuat pelanggan Anda kabur.
- c. *Unnecessary Movement*. Mengantri beberapa kali, kurangnya fasilitas *one-stop service*, minimnya tingkat ergonomi dalam ketika interaksi antara pelanggan dan petugas layanan sedang berlangsung. Seberapa sering Anda harus mengantri di satu tempat untuk melakukan sesuatu dan setelahnya harus bergabung dalam antrian lain untuk melakukan hal selanjutnya agar misi anda selesai? Sangat banyak perusahaan yang gagal dalam mempertimbangkan kepentingan dan kondisi mental pelanggan dan hanya kenyamanan internalnya, yang pada akhirnya akan menyebabkan stress yang bertumpuk, kerugian dan pemborosan waktu, baik di sisi pelanggan maupun perusahaan.
- d. *Unclear Communication*. Seberapa jelas instruksi dan informasi yang disampaikan kepada pelanggan? Berapa sering pelanggan harus mengisi formulir dengan jargon industri yang tidak dimengerti, atau pernahkan melihat pelanggan berdiri dalam antrian yang salah atau pergi ke departemen yang salah ketika akan mengurus sesuatu? Ketidak-lancaran komunikasi berakibat pada klarifikasi-klarifikasi yang sebetulnya tidak perlu, kebingungan akan produk atau layanan yang ditawarkan, pemborosan waktu untuk mencari lokasi dan dapat menyebabkan duplikasi-duplikasi yang tidak perlu. Sebuah perusahaan harus mengetahui seberapa jelas pelanggan menangkap informasi dan instruksi yang diberikan.
- e. Inventaris yang Tidak Tepat (*Incorrect Inventory*). Stok produk kosong atau *expired*, atau layanan jasa yang tidak tersedia; seberapa sering pelanggan harus mereka ulang rencana melakukan sesuatu hanya karena produk dan layanan yang Pelanggan perlukan untuk itu sedang tidak tersedia?
- f. *Error*. Bagi pelanggan, tidak dapat menerima sesuatu sebaik yang seharusnya mereka terima sangatlah menjengkelkan; terlebih jika ternyata tidak mendapatkan sesuatu sama sekali. Tentunya beberapa kali Pelanggan pernah mengalami produk yang tidak layak atau layanan jasa yang kurang profesional, sehingga mengganggu rencana dan tujuan Pelanggan. Apakah setelah itu Pelanggan tidak berpikir dua kali sebelum kembali memakai produk atau jasa yang mengecewakan itu?
- g. *Lost Opportunity*. Kegagalan membangun rapport tenggang rasa dan hubungan yang saling memahami secara mendalam dengan pelanggan, seperti halnya mengabaikan pelanggan, ketidak-ramahan, dan ketidak sopanan,. Seorang pelanggan menghadapi seorang representatif yang tidak sopan, mengabaikan pelanggan, tidak ramah, atau kurang pengetahuan tentang layanan atau produk yang ditawarkan? Segala hal tersebut dapat menyebabkan hilangnya kesempatan mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru.

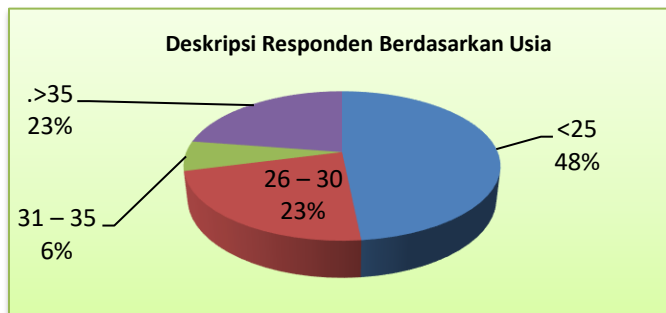
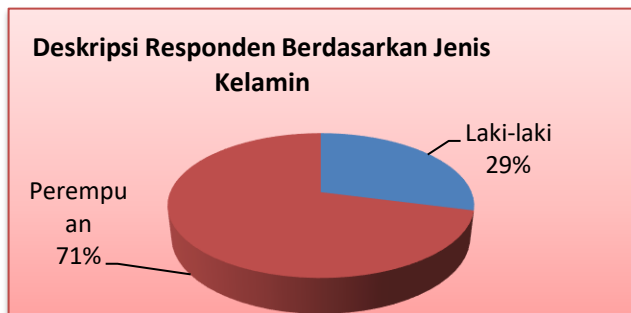
### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skorsing).

### HASIL PENELITIAN

#### Deskripsi Responden Penelitian

Dalam memperoleh data penelitian ini, penulis mengambil sample sebanyak 31 responden secara *random* (acak) yang terdiri atas 23 responden yang merupakan mahasiswa semester 4 Institut Stiami Kampus Bekasi A, 7 Orang Dosen dan 1 Orang Karyawan yang pada aktivitasnya secara langsung menggunakan sistem Informasi SSO di Institut Stiami Kampus Bekasi A.



**Deskripsi Variabel Penelitian**

**Deskripsi Variabel Sistem SSO (X)**

Hasil pengolahan data mengenai variable Manajemen Sistem SSO atau variable (X), terlihat berdasarkan perhitungan statistic deskriptif diperoleh skor rata-rata (Mean) sebesar 75,74; Mode sebesar 73,00; Median sebesar 75,00; Simpangan Baku sebesar 7,746 dan Range sebesar 32.

Selanjutnya penulis pilah guna mengetahui nilai angka penafsiran masing-masing indikator variabel motivasi, berikut tabel angka penafsiran rata-rata koesioner pada tiap indikatornya:

**Tabel Frekuensi rata-rata angka penafsiran pada Variabel X**

**Statistics**

		Akurat		Bentuk		Frekuensi	Bandwidth		Asal		Orientasi Waktu	
		X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub>	X <sub>11</sub>
N	Valid	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.90	3.71	4.00	4.03	4.19	3.32	4.10	3.84	3.84	3.87	3.55

**Statistics**

		Tepat Waktu	Relevan		Lengkap		Ekonomis	Sederhana		Dapat Dibuktikan
		X <sub>12</sub>	X <sub>13</sub>	X <sub>14</sub>	X <sub>15</sub>	X <sub>16</sub>	X <sub>17</sub>	X <sub>18</sub>	X <sub>19</sub>	X <sub>20</sub>
N	Valid	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.03	3.87	3.90	4.06	3.74	3.16	3.77	3.84	4.00

Dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai frekuensi rata-rata masing-masing indikator :

- Akurat  $(2.90 + 3.71 / 2) = 3.30$  (cukup baik)
- Bentuk  $(4.00 + 4.03 / 2) = 4.01$  (baik)
- Frekuensi  $= 4.19$  (baik)
- Bandwidth  $(3.32 + 4.10 / 2) = 3.71$  (baik)
- Asal  $(3.84 + 3.84 / 2) = 3.84$  (baik)
- Orientasi Waktu  $(3.87 + 3.55 / 2) = 3.71$  (baik)
- Tepat Waktu  $= 4.03$  (baik)
- Relevan  $(3.87 + 3.90 / 2) = 3.88$  (baik)
- Lengkap  $(4.06 + 3.74 / 2) = 3.90$  (baik)
- Ekonomis  $= 3.16$  (cukup baik)
- Sederhana  $(3.77 + 3.84 / 2) = 3.80$  (baik)
- Dapat dibuktikan  $= 4.00$  (baik)

Dari hasil perhitungan tersebut, maka nilai angka rata-rata penafsiran variabel X (Manajemen Sistem SSO) sebagai berikut:

Variabel X=  $(3.30+4.01+4.19+3.71+3.84+3.71+4.03+3.88+3.90+3.16+3.80+4.00)/12 = 3.79$  (Baik)

**Deskripsi Variabel Lean Service (Y)**

Adapun hasil pengolahan data terkait variable Kualitas Pelayanan (Y), seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka diperoleh hasil perhitungan statistic deskriptif yaitu skor rata-rata (mean) sebesar 57,87; Median sebesar 57,00; Simpangan Baku (Standar Deviasi) sebesar 5,731; dengan nilai Minimum sebesar 49,00 dan nilai Maksimum 68,00.

Kemudian Guna mengetahui nilai angka penafsiran masing-masing indikator variabel *lean service*, berikut penulis sajikan tabel angka penafsiran rata-rata koesioner pada tiap indikatornya:

**Tabel Frekuensi rata-rata angka penafsiran Variabel Y**

**Statistics**

		Delays		Duplication		Unnecessary Movement		Unclear Communication		
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
N	<b>Valid</b>	31	31	31	31	31	31	31	31	31
	<b>Missing</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.13	3.58	3.55	3.68	3.74	4.13	4.06	4.00	3.97

		Incorrect Inventory		Error		Lost Opportunity	
		Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
N	<b>Valid</b>	31	31	31	31	31	31
	<b>Missing</b>	0	0	0	0	0	0
Mean		3.81	4.10	4.13	4.00	4.00	4.00

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 23.0

Dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai frekuensi rata-rata masing-masing indikator :

- *Delay* (3.13 + 3.58 / 2) = 3.35 (cukup baik)
- *Duplication* (3.55 + 3.68 / 2) = 3.61 (baik)
- *Unnecessary Movement* (3.74 + 4.13 / 2) = 3.93 (baik)
- *Unclear communication* (4.06 + 4.00 + 3.97 / 3) = 4.01 (baik)
- *Incorrect Inventory* (3.81 + 4.10 / 2) = 3.91 (baik)
- *Error* (4.13 + 4.00 / 2) = 4.06 (baik)
- *Lost Opportunity* (4.00 + 4.00 / 2) = 4.00 (baik)

Dari hasil perhitungan tersebut, maka nilai angka rata-rata penafsiran variabel Y (*Lean Service*) sebagai berikut:

$$\text{Variabel Y} = \frac{3.35 + 3.61 + 3.93 + 4.01 + 3.91 + 4.06 + 4.00}{7} = 3.84 \text{ (Baik)}$$

**Hasil Uji Analisis Data**

**Koefisien Korelasi**

**Tabel Koefisien Korelasi Pearson Product Moment**

**Correlations**

		Mnj Sistem SSO	Lean Service
Mnj Sistem SSO	Pearson Correlation	1	.510**
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	31	31
Lean Service	Pearson Correlation	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	31	31

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2001:149), maka pengaruh variabel Manajemen sistem SSO terhadap *lean service* pada Institut Stiami Kampus Bekasi A, menunjukkan tingkat pengaruh yang sedang (cukup) berdasarkan pedoman intepretasi. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi sebesar **0,510**.

**Kofisien Determinasi**

**Tabel Model Summary Koefisien Determinasi Pearson Product Moment**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 <sup>a</sup>	.260	.234	5.015

a. Predictors: (Constant), Mnj Sistem SSO

b. Dependent Variable: Lean Service

Setelah nilai koefisien korelasi diketahui, maka untuk mengetahui berapa besarnya variabel manajemen sistem SSO (X) dalam mempengaruhi variabel *lean service* (Y), maka dapat diukur dengan koefisien determinasi seperti terlihat pada tabel 4.10. Berdasarkan hasil olah data tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,260, yang berarti 26,0%.

**Uji Hipotesis (Uji t)**

Sebelumnya diketahui besaran nilai  $t_{tabel}$  dengan derajat bebas ( $df=n-2 = 31 - 2 = 29$ ) pada presentase distribusi  $t=0,05$ , maka dihasilkan nilai sebesar 1,699.

Selanjutnya untuk melihat besarnya nilai  $t_{hitung}$ , maka tecantum pada hasil perhitungan analisis regresi liner, seperti pada tabel dibawah ini:

**Tabel Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.300	8.998		3.256	.003
Mnj Sistem SSO	.377	.118	.510	3.191	.003

a. Dependent Variable: Lean Service

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 23.0

Berdasarkan tabel diatas, terlihat hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,191, dan nilai tersebut pada posisi lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ 1,669, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel manajemen sistem SSO terhadap *lean service* pada Institut Stiami Kampus Bekasi A

**Persamaan Regresi Linier**

**Tabel Persamaan Regresi Linier Var. X dan Y**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.300	8.998		3.256	.003
Mnj Sistem SSO	.377	.118	.510	3.191	.003

a. Dependent Variable: Lean Service

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 23.

Mengacu pada Persamaan Regresi variabel X dan Y tersebut di atas terlihat bahwa nilai koefisien konstanta a sebesar 29,300 dan b sebesar 0,377. Dengan demikian sesuai dengan rumus yaitu  $Y = a + bX$ , dapat dibentuk dalam persamaan regresi  $Y = 29,300 + 0,377X$ .



Hal tersebut memiliki makna:

- Konstanta sebesar 29,300; artinya jika manajemen sistem SSO (variabel X) nilainya adalah 0, maka *lean service* (variabel Y) nilainya positif yaitu sebesar 29,300.
- Koefisien regresi variabel manajemen sistem SSO (X) sebesar 0,377; artinya jika manajemen sistem SSO meningkat sebesar satu satuan, maka *lean service* (Y) pada Institut Stiami Kampus Bekasi A meningkat sebesar 0,377 satuan.

## PEMBAHASAN

Mengacu pada hasil penelitian, berdasarkan hasil uji t terlihat bahwa nilai t-hitung (3,191) lebih besar dari nilai t-tabel (1,699) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel manajemen sistem SSO terhadap *lean service* di Institut Stiami Kampus Bekasi A. Adapun persentase besar pengaruh terlihat pada hasil uji determinasi yang menunjukkan nilai 0,26. Artinya pengaruh manajemen sistem SSO terhadap *lean service* pada institut Stiami kampus Bekasi hanya sebesar 26%.

Dengan adanya hasil tersebut diatas, sejalan dengan teori bahwa *lean service* digunakan sebagai pendekatan untuk membuat suatu sistem *service* internal yang efektif sehingga bisa dipastikan informasi-informasi penting bisa sampai ke konsumen dengan cepat dan dengan pelayanan yang efektif. Dalam konsep *lean*, standarisasi prosedur dan *continuous improvement* menjadi hal yang mendasar dalam kelangsungan proses jasa untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan (Harliwantip, 2014). Artinya manajemen sistem SSO merupakan bentuk *improvement* yang dilakukan Institut Stiami dalam upaya *lean service* dan mampu mengurangi kegiatan-kegiatan yang tidak bernilai (*non-added value*).

Terlepas dari itu semua, penulis juga mengamati hasil penelitian dari sudut indikator alat ukur penerapan manajemen sistem SSO yang dihubungkan dengan konsep *lean service* berdasarkan data primer dari hasil penyebaran kuesioner. Beberapa yang menjadi catatan penulis diantaranya :

- Tingkat keakuratan sistem SSO baik dari sudut tingkat kesalahan dan juga tingkat kemampuan sistem SSO dalam menjelaskan, memperoleh nilai angka penafsiran (3,30) yang masih dibawah nilai rata-rata jumlah angka penafsiran (3,79).
- Demikian pula dengan dimensi ekonomis yang masih menunjukkan nilai 3,16 dibawah nilai rata-rata jumlah angka penafsiran 3,79.
- Selanjutnya dari sisi variabel *Lean Service* nilai angka penafsiran untuk dimensi *Delay* (masa tunggu) 3,35 menunjukkan nilai yang masih dibawah nilai rata-rata jumlah angka penafsiran 3,84.
- Begitupun pada dimensi *Duplication* memperoleh nilai 3,61, menunjukkan masih dibawah rata-rata jumlah angka penafsiran 3,84.

## SIMPULAN

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan manajemen sistem SSO terhadap *lean service* pada Institut Stiami Kampus Bekasi A. Adapun persentase besarnya pengaruh manajemen sistem SSO terhadap *lean service*, yaitu sebesar 26%. selebihnya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar dari penelitian ini.

Akan tetapi terlepas dari itu semua, beberapa dimensi pada tiap variabel menunjukkan nilai di bawah jumlah rata-rata angka penafsiran, seperti dimensi akurat dan ekonomis pada variabel manajemen sistem SSO dan dimensi *delay* dan *duplication* pada variabel *lean service*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV*. Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Analisis dan Rancangan Sistem Informasi: pendekatan terstruktur dan praktek aplikasi bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia. Bandung
- Nugroho, Priyo Puji. 2012. *Pengembangan Model Single Sign-On untuk Layanan Internet dan Proxy IPB*. Diakses pada tanggal 29 Maret 2019 .Pkl.23.25.  
[http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/54741/G12ppn\\_BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf](http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/54741/G12ppn_BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf)
- Purnomo, Rachel Novia & I Nyoman Sutapa. 2017. *Value Stream Mapping Proses Operasional Uniform Di PT.X*. Jurnal Titra. Vol.05 No.1. Universitas Kristen Petra Surabaya.