**BAB II**

# **LANDASAN TEORI**

1. **Jasa**
   * 1. **Pengertian Jasa**

Jasa atau layanan dalam ilmu ekonomi merupakan suatu aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau barang-barang milik, namun tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Jasa dapat juga diartikan sebagai sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Jadi, jasa tidak pernah ada dan hasilnya dapat dilihat setelah terjadi. Berikut definisi jasa menurut para ahli :

* **Norman**

Jasa merupakan interaksi serta tindakan yang berupa kontak sosial antara produsen dengan konsumen lebih dari sekedar hasil yang tidak terhalang.

* **Zeithaml dan Biter**

Jasa adalah suatu aktivitas ekonomi dengan adanya pengeluaran (output) selain produk konsumsi serta diproduksi saat waktu yang bersamaan yang memberikan nilai positif serta tidak berwujud untuk pembeliannya.

* **Phillip Kotler**

Jasa merupakan setiap tindakan kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain secara prinsip tidak menyebabkan perpindahan suatu kepemilikan. Produksi dapat terkait serta dapat tidak terkait pada produk fisiknya.

* **Adrian Payne**

Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang memiliki beberapa elemen (manfaat dan nilai) intangibel yang saling berkaitan, melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik orang lain, namun tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi dapat saja muncul serta produksi suatu jasa bisa mempunyai atau dapat juga tidak mempunyai keterkaitan dengan produk fisik.

* **Djaslim Saladin**

Jasa adalah suatu manfaat atau kegiatan yang tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan yang ditawarkan suatu pihak terhadap pihak lain.

* **Christian Gronross**

Jasa merupakan suatu proses yang terdiri atas beberapa rangkaian aktivitas intangible yang biasanya (tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan serta karyawan jasa atau sumber daya fisik bahkan barang serta sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi terhadap masalah pelanggan. Interaksi antara penyedia jasa serta pelanggan seringkali terjadi dalam jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya.

Sering dikatakan bahwa jasa mempunyai karakteristik unik yang membedakannya dari produk atau barang-barang manufaktur. Terdapat empat karakteristik yang sering dijumpai dalam jasa serta pembeda dari barang pada umumnya (payne, 2001;9), antara lain sebagai berikut :

* **Tidak berwujud**

Jasa mempunyai sifat abstrak serta tidak berwujud, berarti jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan atau disentuh yang bisa didapatkan dari suatu barang.

* **Heteregonitas**

Jasa adalah variable non-standart serta sangat bervarisi. Artinya, jasa itu berupa suatu ujuk kerja, maka tidak ada hasil yang sama meskipun dikerjakan oleh satu orang. Hal ini disebabkan oleh interaksi manusia (karyawan serta konsumen) dengan perbedaan harapan dan pendapat yang menyertai interaksi tersebut.

* **Tidak dapat dipisahkan**

Jasa biasanya dihasilkan serta dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada ditempat jasa yang dimintaya, sehingga konsumen dapat melihat dan bahkan ikut ambil bagian diproses produksi tersebut.

* **Tidak tahan lama**

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan, dengan katalain jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali kepada orang lain atau dikembalikan pada produsen jasa dimana ia membeli jasa tersebut.

Dalam dunia jasa dan pelayanan seringkali kita mengenal dimensi kualitas jasa dan pelayanan yang dikenal dengan dimensi SERVQUAL (SERVice QUALity). Dimensi kualitas ini diperkenalkan oleh Parasuraman Zeithalm dan Berry (1998) berdasarkan hasil risetnya dimensi kualitas terdiri dari :

* **Tangibles (Yang nampak/Terasa)**

Penampakan dari fasilitas fisik, peralatan, orang, serta materi atau dokumen; baik yang tercetak maupun secara visual

* **Reliability (Keandalan)**

Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan akurat, sesuai yang telah dijanjikan.

* **Responsivenss (Ketanggapan)**

Ketanggapan dan ketulusan dalam membantu untuk memberikan pelayanan yang cepat.

* **Competence (Kemampuan)**

Pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dimiliki diperlukan untuk memberikan pelayanan yang efektif.

* **Courtesy (Sopan santun)**

Kesopanan, penghargaan, dan tata krama yang baik harus dimiliki dalam berinteraksi.

* **Credibility (Kepercayaan/Kejujuran)**

Kepercayaan (Trustworthiness), dan kejujuran yang dimiliki dan tidak diragukan dalam pelayanan.

* **Security (Rasa aman)**

Jaminan keamanan didalam proses pelayanan, yang membebaskan diri dari rasa keraguan/ kekhawatiran resiko kerugian material/inmaterial.

* **Accessability (Kemudahan dihubungi)**

Kemudahan untuk dapat ditemui/dihubungi/dikontak saat proses pelayanan berlangsung.

* **Communication (Komunikasi)**

Mendengarkan dan memahami pelanggan dengan mengedepankan kesepakatan bersama, didalam memecahkan suatu permasalahan pelayanan.

* **Understanding the customer**

Pemahaman terhadap apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan didalam pelayanan.

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-jasa/>

1. **Sistem Antrian**
   * 1. **Pengertian Antrian**

Suatu proses antrian (*queueing process*) adalah suatu proses yang berhubungan dengan kedatangan seorang pelanggan pada suatu fasilitas pelayanan, kemudian menunggu dalam suatu baris (antrian) jika semua pelayanan sibuk, dan akhirnya meninggalkan fasilitas tersebut. Sebuah sistem antrian adalah suatu himpunan pelanggan, pelayanan dan suatu aturan yang mengatur kedatangan pada pelanggan dan pemrosesan masalahnya.

Sebuah sistem antrian adalah proses kelahiran-kematian suatu populasi yang terdiri atas para pelanggan yang sedang menunggu mendapatkan pelayanan atau yang sedang dilayani. Suatu kelahiran terjadi apabila seorang pelanggan tiba disuatu fasilitas pelayanan sedangkan apabila pelanggannya meninggalkan fasilitas tersebut maka terjadi suatu kematian. Keadaan sistem adalah jumlah pelanggan dalam suatu fasilitas pelayanan.