

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam pembangunan nasional, jasa konstruksi mempunyai peranan penting dan strategis mengingat jasa konstruksi menghasilkan produk akhir berupa bangunan atau bentuk fisik lainnya, baik yang berupa prasarana maupun sarana yang berfungsi mendukung pertumbuhan dan perkembangan berbagai bidang, terutama bidang ekonomi, sosial, dan budaya untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Seperti halnya pada industri lain, pasar jasa konstruksi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat dan pemerintah, dimana daya beli ini berkaitan erat dengan perkembangan ekonomi makro Indonesia yang mengalami gangguan akibat krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997/1998 tersebut. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional, pada saat ini pangsa pasar di sektor konstruksi nasional terus tumbuh hingga kisaran 8,6 % dari PDB nasional, atau setara dengan Rp. 52,3 triliun pada triwulan II 2006 (BPS, 2006b). Namun jumlah tersebut relatif belum dapat dikatakan cukup besar jika dibandingkan dengan jumlah usaha di sektor konstruksi yang mencapai lebih dari 80.000 perusahaan, sehingga dapat diartikan sebagai masih terbatasnya pangsa pasar dan ketatnya persaingan di sektor jasa konstruksi nasional.

Selain otonomi daerah, saat ini kontraktor nasional juga dihadapkan dengan era globalisasi yang ditandai dengan diberlakukannya Asean Free Trade

Area (AFTA) pada tahun 2003 yang menyebabkan kontraktor-kontraktor asing dapat dengan bebas ikut bersaing memperebutkan proyek-proyek pada pasar konstruksi di Indonesia. Dengan masuknya kontraktor-kontraktor asing tersebut di tengah belum pulihnya kondisi pasar industri konstruksi saat ini, tentunya akan menyebabkan semakin ketatnya persaingan di antara pelaku bisnis konstruksi di Indonesia.

Suatu studi terbatas yang melibatkan kontraktor besar, menengah dan kecil memberikan gambaran umum tentang berbagai strategi yang diterapkan oleh pelaku bisnis tersebut sehingga tetap berhasil bertahan di lingkungan persaingan yang semakin ketat tersebut. Studi ini difokuskan pada 2 aspek utama yaitu manajemen pemasaran dan strategi penawaran yang diterapkan. Pelelangan, yaitu pengadaan barang/jasa yang dilakukan secara terbuka sehingga masyarakat luas/dunia usaha yang berminat dapat membubuhi kualifikasi dapat mengikutinya. Proses pengadaan barang/jasa dalam proyek konstruksi yang menggunakan pelelangan dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pelelangan umum dan pelelangan terbatas. Dalam pelelangan umum, semua penyedia jasa yang memenuhi syarat dapat ikut dalam pelelangan, sedangkan dalam pelelangan terbatas yang diizinkan ikut adalah penyedia barang/jasa yang diundang oleh pengguna jasa.

Strategi penawaran bagi suatu perusahaan sangatlah bergantung pada tujuan perusahaan, diantaranya adalah dengan memaksimalkan keuntungan. Karakteristik kontrak dalam industri konstruksi ditandai dengan persaingan yang terus meningkat, batas keuntungan yang tidak tinggi (*low profit margin*) dan nilai

resiko gagal yang tinggi. Perkiraan harga sebuah proyek adalah hasil perhitungan yang dilakukan oleh estimator berdasarkan dokumen lelang berupa gambar rencana dan spesifikasinya. Dalam tahap ini, harga yang diperoleh adalah harga langsung (*direct cost*), sedangkan harga penawaran adalah biaya langsung ditambah dengan sejumlah nominal tertentu. Besarnya nominal penambahan biaya tersebut disebut nilai *mark up*. Tujuan menggunakan nilai *mark up* adalah agar setiap kontraktor memperoleh keuntungan dan menutupi biaya *overhead* perusahaan.

Banyak permasalahan yang terjadi dalam proses pelelangan, seperti halnya yang sering dijumpai salah satunya banyak kontraktor yang tidak memiliki daya saing yang cukup baik. Kegagalan kontraktor yang belum berkembang disebabkan oleh kelemahannya dalam pembuatan isi dokumen lelang yang baik. Permasalahan yang juga menjadi penyebab kegagalan dalam memenangkan suatu tender yaitu menetapkan harga penawaran. Apabila kontraktor mengajukan harga penawaran terlalu tinggi dengan tujuan ingin mendapatkan keuntungan yang besar, maka akan menyebabkan peluang untuk memenangkan proyek tersebut menjadi sangat kecil. Sebaliknya apabila kontraktor mengajukan harga penawaran sangat rendah dengan harapan memiliki peluang yang besar untuk memenangkan tender, akan menyebabkan keuntungan yang besar menjadi sangat sulit untuk diperoleh. Kedua kondisi tersebut sangat menyulitkan kontraktor dalam menentukan harga penawaran yang tepat. Di dalam penawaran pelelangan proyek, segala sesuatunya harus nampak jelas dan rasional, sehingga hal ini sangat penting dalam menentukan strategi penawaran yang tepat. Masalah lain yang timbul yaitu

persaingan kontraktor semakin meningkat untuk memenangkan tender melalui penawaran bersaing.

Perkiraan nilai *mark up* yang diimplementasikan dalam penawaran proyek-proyek konstruksi dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengajuan harga penawaran, dimana nilai *mark up* yang didapat merupakan nilai *mark up* yang telah dihitung melalui data-data penawaran yang telah dilaksanakan pada suatu wilayah dalam rentang dan kurun waktu tertentu. Model pendekatan dalam perhitungan *mark up* merupakan alat bantu bagi kontraktor dalam menyusun strateginya dalam menghadapi tender sistem penawaran bersaing, sehingga dapat diketahui kesempatan terbaik dalam mengikuti tender atau mendapatkan kesempatan optimum untuk memenangkan proyek dan mendapatkan keuntungan optimum.

Berbagai macam model pendekatan statistik yang dapat digunakan untuk menentukan strategi penawaran, dengan tujuan agar kontraktor dapat membuat harga penawaran yang lebih akurat dan efektif dalam sebuah pelelangan proyek. Dalam penelitian Tugas Akhir ini data penawaran melalui LPSE Kota Belitung dari tahun anggaran 2012 s/d 2015 akan dipakai tiga metode untuk menghitung nilai *mark up*, yaitu model *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoff & Sasieni Method* dengan menggunakan tiga pendekatan metode statistik, yaitu *multi distribusi discrete*, *multi distribusi normal* dan *single distribusi normal*. Setiap metode akan menghasilkan tiga variasi *mark up* yang nantinya akan diuji dengan data pelelangan yang pernah dilakukan, untuk mengetahui nilai *mark up* mana yang lebih tepat digunakan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas timbul suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah strategi penawaran dengan model *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoff & Sasieni Method* dapat menjadi alternatif pilihan dalam menentukan nilai *mark up*?
2. Model strategi penawaran manakah yang paling tepat dalam menentukan probabilitas menang dalam pelelangan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengevaluasi tender proyek konstruksi di Kota Belitung menggunakan model strategi penawaran *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoff & Saseni Method* untuk menentukan model strategi mana yang lebih akurat dan efektif untuk menentukan probabilitas menang dalam pelelangan. Serta menghitung *mark up* dari tender proyek konstruksi di Kota Belitung menggunakan pendekatan strategi penawaran *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoff & Saseni Method*.

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas sehingga dapat menyimpang dari tujuan penelitian, maka lingkup pembahasannya hanya terbatas sebagai berikut:

1. Data penawaran yang dikumpulkan adalah data pelelangan khusus pekerjaan konstruksi yang didapat dari Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) Kota Belitung tahun 2012-2015.

2. Data yang digunakan adalah data lelang yang proses lelangnya sudah selesai dilaksanakan dan dibatasi hanya pada pekerjaan konstruksi dengan harga minimal Rp.100.000.000,-
3. Pada metode statistik menggunakan tiga metode, yaitu *multi distribusi discrete*, *multi distribusi normal* dan *single distribusi normal* dengan menggunakan tiga metode strategi penawaran yaitu *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoof & Sasieni Method*.
4. Pembahasan pada penelitian ini hanya pada lingkup strategi harga penawaran dengan mencari nilai *mark up* optimum dan probabilitas *expected profit* optimum yang diperoleh kontraktor apabila menggunakan setiap metode strategi penawaran.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jasa Konstruksi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pedoman bagi jasa konstruksi dalam menentukan strategi yang paling tepat pada penawaran proyek konstruksi.

2. Pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi belajar mengenai strategi penawaran proyek konstruksi, khususnya pelelangan di wilayah Kota Belitung

F. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang metode strategi penawaran untuk proyek konstruksi di Indonesia sebelumnya dilakukan oleh Hakas Prayuda (2013) dengan judul model strategi harga penawaran untuk proyek konstruksi di Indonesia untuk Studi Kasus Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) untuk Kota Bandung. Dengan menggunakan pendekatan metode statistik *multi distribusi discrete*, *multi distribusi normal* dan *single distribusi normal* dan menggunakan tiga model strategi penawaran yaitu *Friedman Method*, *Gates Method* dan *Ackoof & Sasieni Method*.

Penelitian dengan judul Model Strategi Harga Penawaran Untuk Proyek Konstruksi di Indonesia dengan studi kasus Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) Kota Belitung, sepanjang pengetahuan peneliti belum pernah dilakukan.