

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini, perekonomian di Indonesia mengalami kesulitan di berbagai sisi. Hal ini di tandai dengan terjadinya krisis moneter yang bermula pada pertengahan tahun 1997. Tentunya hal tersebut dapat dipastikan memberikan efek di berbagai sisi kehidupan masyarakat Indonesia itu sendiri.

Akan tetapi bukanlah berarti pembangunan di Indonesia terhambat samasekali. *"Anything could possibly be but the show must go on!"* Pembangunan tetap berjalan seiring dengan kebutuhan manusia yang semakin bertambah setiap harinya.

Keadaan demikian justru memberikan semangat baru bagi masyarakat Indonesia untuk *"survive"*. Masyarakat Indonesia lebih terpacu untuk meningkatkan kualitas kinerja mereka.

Perkembangan pendidikan dan kemajuan teknologi yang cepat, juga ikut mewarnai atmosfer kehidupan masyarakat Indonesia. Semua hal tersebut bagaikan mata rantai yang saling terkait dan saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Pada akhirnya hal tersebut menciptakan suasana persaingan yang ketat di berbagai sisi kehidupan.

Sebagai bagian kehidupan perekonomian masyarakat Indonesia, dunia perkonstruksian Indonesia ikut merasakan imbasnya. Sebagai konsekuensinya, kesemua bagian tersebut harus berani melakukan persaingan kualitas.

Hal yang sama sudah pasti dirasakan oleh perusahaan-perusahaan jasa yang bergerak di bidang Jasa Konstruksi. Seperti perusahaan jasa konstruksi yang bertaraf M 1 di provinsi Jawa Tengah.

Satu hal yang sangat penting yang berkenaan dalam menejemen konstruksi yang berkaitan dengan adanya suatu proyek, yaitu penentuan atau langkah awal guna menentukan siapakah yang akan mendapatkan proyek yang ditawarkan, bagaimanakah caranya agar proyek tersebut didapatkan dengan mendapatkan keuntungan yang optimal.

Langkah awal ini merupakan kunci penentu dalam langkah selanjutnya menuju pelaksanaan pembangunan. Apabila pengambilan langkah awal ini tidak cermat, maka kecil harapan bagi pihak kontraktor untuk memenangkan tender proyek yang ditawarkan. Oleh sebab itu di dalam penentuan langkah awal ini sangat perlu dicermati. Karena selain penentuan langkah awal ini, juga terdapat persaingan antar pihak-pihak Pengusaha Jasa Konstruksi lainnya.

Untuk itu pula perlu dipertimbangkan tindakan preventif, guna untuk mengantisipasi ancaman yang datang dari para Pengusaha Jasa Konstruksi. Langkah yang paling tepat adalah membuat suatu rencana yang matang dengan mencari dan mengumpulkan informasi-informasi yang ada. Informasi yang telah didapatkan dipergunakan dalam penyusunan dokumen penawaran yang mana penawaran yang akan diajukan tersebut masih berada pada batas-batas yang wajar, sehingga

kemungkinan untuk mendapatkan atau memenangkan tender yang ditawarkan berpeluang besar.

Agar peluang yang ada dapat menjadi kenyataan, tentunya diperlukan suatu cara ataupun metode yang tepat agar strategi yang dipakai dapat mengena pada sasaran. Karena yang di jadikan pokok pembahasan adalah strategi penawaran, maka metode yang digunakan adalah metode penetapan harga. Metode ini akan efektif kalau didalam menganalisanya didasarkan pada suatu studi analisis pada suatu Perusahaan Jasa Kontruksi.

Dalam penelitian yang akan dilakukan, akan diungkapkan tentang bagaimana strategi penawaran dalam pelelangan pada sebuah perusahaan jasa, dan seberapa besar kepentingan hal tersebut dalam melakukan penawaran dalam pelelangan.

1.1 Perumusan Masalah

Sebuah perusahaan jasa konstruksi telah menerapkan strategi penawaran sehingga mampu untuk dapat memenangkan pelelangan. Strategi tersebut didasarkan pada nilai *mark-up*, nilai harapan optimal yang akan menghasilkan probabilitas tertentu untuk dapat memenangkan pelelangan.

1.3 Tujuan penelitian

Yang menjadi tujuan dalam tugas akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya nilai *mark-up*, nilai harapan optimal (NHO) dan probabilitas yang diterapkan oleh sebuah

perusahaan jasa konstruksi untuk dapat memenangkan pelelangan.

2. Untuk mengetahui besarnya nilai *mark-up* antara ,nilai harapan optimal (NHO) antara,dan probabilitas yang dipakai oleh perusahaan yang lain dalam hal ini para kompetitor.
3. Untuk mencari hubungan antara *mark-up* , nilai harapan optimal (NHO) , dan harga penawaran (HP).

1.4 Batasan Masalah

- a. Penelitian akan dilakukan pada PT. Putra Daya Perkasa.
- b. Agar didapat kondisi yang sama atau sekurang-kurangnya mendekati kondisi yang sama, maka sebagai standar penentuan sample data diambil dari delapan tahun terakhir (tahun 1994 – 2003).
- c. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan disertai dengan pengumpulan dan permintaan data-data kepada PT. Putra Daya Perkasa.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi para pelaku bisnis jasa kontruksi pada khususnya, diharapkan mendapat informasi atau tips yang berguna manakala mengikuti pelelangan.

- b. Sebagai tambahan ilmu dari kekhususan program studi manajemen konstruksi, sebagai bekal untuk terjun pada dunia bisnis jasa konstruksi khususnya.
- c. Dapat dipergunakan sebagai bahan acuan atau masukan bagi para peneliti berikutnya yang ingin meneliti atau meneruskan penelitian mengenai strategi pelelangan.
- d. Bagi penulis sendiri penelitian ini bermanfaat sebagai penambah pemahaman dan penerapan materi disiplin ilmu.



الجامعة الإسلامية في إندونيسيا