

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lelang atau tender adalah penawaran pekerjaan kepada Kontraktor atau Konsultan untuk mendapatkan penawaran bersaing sesuai spesifikasi dan dapat dipertanggung jawabkan. Salah satu tahapan yang mutlak harus dilalui dalam proses pemilihan penyedia barang dan jasa pemerintah adalah tahapan pembukaan dokumen penawaran. Acara pembukaan dokumen penawaran dilakukan secara resmi dalam suatu acara yang disaksikan oleh semua peserta lelang karena dokumen tersebut merupakan penentu dalam persaingan pemilihan penyedia barang/jasa pemerintah. Acara pembukaan penawaran selalu menjadi perhatian semua peserta lelang karena dalam acara inilah panitia pengadaan barang/jasa pemerintah membeberkan seluruh data-data yang terdapat dalam setiap dokumen penawaran kepada seluruh peserta lelang.

Dengan mengetahui setiap informasi yang terdapat dalam dokumen penawaran peserta lainnya, maka secara tidak langsung para peserta lelang dapat mengawasi panitia pengadaan barang/jasa dalam melakukan proses evaluasi dokumen penawaran tersebut. Dengan demikian proses penentuan pemenang lelang menjadi terbuka dan bebas dari kecurangan. Karena itulah, meskipun tidak ada kewajiban untuk hadir dalam acara pembukaan penawaran, setiap peserta lelang selalu berusaha untuk hadir dalam acara tersebut. Tata cara pembukaan dokumen, siapa saja yang diperkenankan hadir, serta dokumen apa saja yang

harus dibuka pada acara tersebut telah diatur dalam Peraturan Presiden R.I nomor 54 tahun 2010 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

Pemasaran merupakan suatu fungsi yang meliputi sejumlah aktivitas dalam menukarkan jasa perusahaan konstruksi untuk keuntungan ekonomis. Menurut konsep pemasaran *modern*, fokus aktivitas tersebut adalah pelelangan, dan mengalir kembali kepada kontraktor yang kemudian dapat merencanakan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Penawaran bersaing (*competitive bidding*) adalah jenis lain dari *pricing* dalam istilah pemasaran. Dalam penawaran bersaing, setiap penawar pada suatu kontrak tertentu harus menyerahkan semua dokumen penawaran yang masih dapat dipertanggungjawabkan (*lowest, responsive, dan responsible*) sebagai pertimbangan untuk memenangkan tender tersebut.

Strategi penawaran (*bidding strategy*) bagi suatu perusahaan sangatlah bergantung pada tujuan perusahaan, di antaranya adalah memaksimalkan keuntungan (*profit*). Karakteristik kontrak dalam *industry* konstruksi ditandai oleh persaingan yang makin meningkat, batas keuntungan yang tidak tinggi (*low profit margin*), dan nilai resiko gagal yang tinggi. Perkiraan harga sebuah proyek adalah biaya hasil perhitungan yang dilakukan oleh seorang estimator berdasarkan dokumen lelang (gambar rencana dan spesifikasi).

Dalam tahap ini harga yang diperoleh adalah harga biaya langsung (*direct cost*), sedangkan harga penawaran adalah biaya langsung ditambah sejumlah nilai nominal tertentu. Besarnya penambahan biaya tertentu tersebut disebut nilai *mark-up*, dengan maksud agar kontraktor memperoleh keuntungan dan menutupi biaya overhead perusahaan. *Mark-up* adalah selisih antara harga penawaran dengan

Rencana Anggaran Biaya pekerjaan (biaya langsung ditambah dengan biaya tak langsung).

Permasalahan utama kontraktor dalam mengajukan penawaran adalah menetapkan harga penawaran tidak dapat diajukan terlalu tinggi dengan harapan untuk mendapatkan profit yang besar, sebaliknya tidak dapat mengajukan harga terlalu rendah dengan harapan peluang mendapatkan proyek semakin besar. Dua kondisi yang berlawanan ini berlangsung dalam waktu yang sama, sehingga akan sangat menyulitkan kontraktor untuk menentukan harga penawaran yang tepat (terbaik). Dalam penawaran pelelangan proyek, segala sesuatunya harus nampak jelas dan rasional, sehingga hal ini sangat penting dalam menentukan strategi penawaran yang tepat.

Masalah – masalah yang akan timbul diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Persaingan kontraktor semakin meningkat dalam memenangkan kontrak atas pekerjaan melalui penawaran bersaing.
2. Penambahan *mark-up* yang terlalu besar atas biaya estimasi proyek akan mempersulit kontraktor untuk memenangkan proyek.
3. Penambahan *mark-up* yang terlalu rendah atas biaya estimasi proyek akan mempersulit kontraktor untuk mendapatkan keuntungan.

Perkiraan nilai *mark-up* yang diimplementasikan dalam penawaran proyek-proyek konstruksi, dapat digunakan sebagai “acuan“ dalam pengajuan harga penawaran. Menyediakan suatu alat bantu bagi kontraktor dalam menyusun strateginya menghadapi tender sistem penawaran bersaing, mengetahui kesempatan terbaik dalam mengikuti tender sistem penawaran bersaing

(mendapatkan kesempatan *optimum* untuk memenangkan proyek dan mendapatkan keuntungan).

Berbagai metode pendekatan dapat digunakan untuk menentukan strategi penawaran, dengan tujuan agar kontraktor dapat membuat penawaran yang lebih akurat dan efektif terhadap suatu proyek. Dipahami dan diaplikasikannya salah satu metode pendekatan dalam pengajuan sebuah harga penawaran akan lebih baik dibandingkan tidak sama sekali.

Pasal 131 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2010 Tentang Pengadaan Barang/Jasa pemerintah bahwa K/L/D/I wajib melaksanakan pengadaan barang/jasa secara elektronik untuk sebagian/seluruh paket-paket pekerjaan pada Tahun Anggaran 2011. Ketentuan teknis operasional pengadaan barang/jasa secara elektronik mengacu pada Peraturan Kepala LKPP Nomor 2 Tahun 2010 Tentang Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE), Peraturan Kepala LKPP Nomor 1 Tahun 2011 Tentang *e-Tendering*, Peraturan Kepala LKPP Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Standar Dokumen Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Secara Elektronik. Terhadap informasi, transaksi elektronik pada pelaksanaan pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik mengacu pada Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang ITE. Pengadaan barang/jasa pemerintah secara elektronik dapat dilakukan dengan *e-Tendering* atau *e-Purchasing*:

1. *E-Tendering* merupakan tata cara pemilihan penyedia barang/jasa yang dilakukan secara terbuka dan dapat diikuti oleh semua penyedia barang/jasa

yang terdaftar pada sistem pengadaan elektronik dengan cara menyampaikan satu kali penawaran dalam waktu yang telah ditentukan.

2. *E-Purchasing* merupakan tata cara pembelian barang/jasa melalui sistem katalog elektronik.

Metode strategi penawaran selama ini belum banyak dibicarakan dan dibahas oleh pihak-pihak yang terlibat pada proyek konstruksi di Yogyakarta, padahal metode strategi penawaran merupakan kebutuhan kontraktor dalam menghadapi tender terbuka pada era globalisasi. Model-model tersebut kemudian diterapkan pada sejumlah tender konstruksi di Kota Yogyakarta yang berhasil diperoleh dari data penawaran melalui LPSE Kota Yogyakarta dari tahun anggaran 2009 s/d 2011. Hasil perhitungan kemudian diuji dengan dua data yang memang sengaja disisihkan untuk pengujian model tersebut.

Tulisan ini akan menyajikan dua metode pendekatan strategi penawaran yaitu *Expected Profit Method* dan *Friedman's Method*. Yang diteliti adalah kontraktor-kontraktor yang berada di Daerah Yogyakarta, khususnya yang mengikuti lelang tender di LPSE Kotamadya Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas timbul suatu masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah cara yang paling tepat digunakan dalam menentukan penawaran ?
2. Apakah strategi penawaran dengan pendekatan *Expected Profit Method* dan *Friedman's Method* dapat menjadi alternatif pilihan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi tender proyek konstruksi di Kotamadya Yogyakarta menggunakan *Expected Profit Method* dan *Friedman's Method*, serta membandingkan kedua metode pendekatan mana yang dapat digunakan untuk menentukan penawaran yang lebih akurat dan efektif terhadap suatu proyek.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan IPTEK

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui strategi yang paling tepat dalam melakukan penawaran tender konstruksi.

2. Menunjang Pembangunan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pemerintah dalam merumuskan kebijakan tender infrastruktur milik departemen-departemen dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

3. Pengembangan Industri

Diharapkan hasil penelitian ini dapat sebagai masukan para kontraktor untuk mencari dan mempelajari model strategi penawaran yang paling sesuai.

E. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak terlalu luas, hingga menyimpang dari tujuan penelitian, maka Tugas Akhir ini dilaksanakan dengan batasan masalah sebagai berikut :

1. Data penawaran yang dikumpulkan adalah data pelelangan melalui LPSE yang dimulai sejak tahun 2009 s/d 2012 untuk daerah Kota Yogyakarta.
2. Data yang digunakan adalah data lelang melalui LPSE Kotamadya Yogyakarta, dimana proses pelelangannya sudah selesai/sudah berlalu dan dibatasi hanya pada pekerjaan konstruksi oleh ULP Kota Yogyakarta.
3. Tugas akhir ini hanya menggunakan 2 metode yaitu *Expected Profit Method* dan *Friedman's Method* dengan analisis perhitungan pada pesaing yang dikenal saja.