

## BAB II

### PENAWARAN BERSAING DAN BERBAGAI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *MARKUP* PENAWARAN DI YOGYAKARTA

#### II.1 Gambaran Kontraktor-kontraktor Yang Ada di Wilayah Yogyakarta

Derah Istimewa Yogyakarta, yang merupakan salah satu propinsi di pulau Jawa, masih menyimpan sisa-sisa feodalisme dan budaya yang kental diantara era modernisasi. Ini memang sedikit menimbulkan fenomena, karena menyangkut Sumber Daya Manusianya. Masyarakat yang masih bersifat statis, normatif, kekeluargaan, kebersamaan, solidaritas dan senang pada kebanggaan masa lalu, harus berhadapan pada nilai-nilai yang kreatif dinamis, inovatif, kompetitif, produktif, efisien, dan selalu melihat kemajuan sebagai produk masa datang.

Dibuktikan dengan masih banyaknya bangunan-bangunan lama yang tetap utuh dan terawat, sebagai cagar bangunan bersejarah. Sementara pembangunan industri bangunan dan konstruksi yang semakin meningkat, dilihat dari laporan statistik pada tahun 1987 saja, *Gross Regional Domestic Product: by Industrial Building and Construction in Yogyakarta Special Region*, (DIY dalam Angka, 1987) menunjukkan angka Rp 47.865.280.000,00, dengan jumlah tenaga kerja (*man power*) 18.932 orang.

Dilain pihak, jumlah perusahaan konstruksi yang ada semakin meningkat pula. Data dari Gapensi DIY (1996), dan merujuk pada Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara (KEPPRES NO. 16 TAHUN 1994), menunjukkan jumlah perusahaan konstruksi yang ada di Yogyakarta:

- Untuk Kelas A, dengan nilai pekerjaan diatas Rp. 1 Milyar, sebanyak 25 kontraktor,
- Kelas B1, dengan nilai pekerjaan diantara Rp. 500 juta - Rp. 1 Milyar, sebanyak 108 kontraktor,
- Kelas C1, dengan nilai pekerjaan diantara Rp. 200 juta - Rp. 500 juta, sebanyak 26 kontraktor, dan
- Kelas C2 dengan nilai pekerjaan diantara Rp. 15 juta - Rp. 200 juta, sebanyak 118 kontraktor,

Dari jumlah kontraktor di atas, berdasarkan pengamatan peneliti, banyak yang hanya tinggal nama perusahaan saja, karena lama tidak pernah mendapat pekerjaan, maupun mengikuti penawaran-penawaran. Tapi banyak pula kontraktor yang selalu memborong pekerjaan diluar Wilayah Yogyakarta, meskipun perusahaannya masuk dalam daftar Gapensi DIY, umumnya kontraktor-kontraktor kelas A dan B. Hal ini karena terbatasnya proyek-proyek besar yang ada di DIY.

Maka terdapat kecenderungan pada para pengusaha jasa konstruksi di wilayah Yogyakarta, terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, memilih untuk memiliki dua atau tiga perusahaan jasa konstruksi dengan

kelas C (entah itu C1, C2, atau C3) daripada memilih satu perusahaan jasa konstruksi yang besar dengan kelas A atau B, sebab jika dibandingkan antara kontraktor kelas A, B, dan C, frekuensi untuk selalu mendapatkan pekerjaan, lebih sering untuk kontraktor kelas C, terutama untuk proyek pemerintah daerah.

Untuk proyek-proyek pemerintah daerah rata-rata hanya kontraktor yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang diperbolehkan mengikuti pelelangan, misalnya kontraktor-kontraktor yang telah mempunyai Daftar Rekanan Mampu (DRM), dan ikut dalam keanggotaan Gapensi.

Untuk menentukan pemenang dalam pelelangan proyek pemerintah selalu menggunakan sistem penawaran bersaing. Artinya kontraktor yang menawarkan dengan harga terbaik (yang mendekati estimasi biaya yang dilakukan panitia lelang) dan dapat dipertanggung jawabkan, yang akan memenangkan pekerjaan.

## **II.2 Penawaran Bersaing Pada Industri Konstruksi**

Industri konstruksi memiliki banyak karakteristik unik yang membedakan dari industri lain. Industri konstruksi secara keseluruhan menghadapi masalah dimana keuntungan tidak lagi sebesar yang direncanakan sebelumnya dan persaingan yang ketat. Meskipun demikian banyak kontraktor baru yang berkembang dan tetap bertahan, walaupun banyak pula yang gulung tikar.

Definisi dari kontraktor adalah badan hukum yang memiliki kewajiban untuk melaksanakan pekerjaan atau menyediakan material atau produk jadi pada skala besar menurut harga tertentu. Kebanyakan pekerjaan konstruksi berukuran besar diperoleh melalui penawaran bersaing (*competitive bidding*). Praktek ini

telah disadari oleh banyak kontraktor sebagai masalah dasar dalam industri konstruksi. Bila menawar dengan harga rendah, kemungkinan memperoleh pekerjaan akan lebih besar, namun sulit untuk mendapatkan keuntungan yang layak. Bila menawar dengan harga tinggi, keuntungan yang memadai dapat dicapai, namunakan sulit baginya untuk mendapatkan pekerjaan tersebut, tentunya pilihan ini akan menyulitkan para kontraktor.

Kontraktor sering terjebak dalam dua hal yang dipastikan dapat memberikan kerugian besar, yaitu :

1. Kontraktor melakukan banting harga (*price-cutting*)
2. Kontraktor melakukan penawaran pada setiap pekerjaan sebanyak-banyaknya (*biddings*)

Kontraktor yang melakukan banting harga akan merugikan dirinya sendiri dan industri konstruksi secara umum. Demikian juga kontraktor yang menawar setiap pekerjaan di luar kemampuannya akan meningkatkan intensitas persaingan dan sumber daya pada perusahaannya sendiri, dan akan membuat hasil penawaran secara umum lebih rendah.

Kontraktor menghadapi banyak persoalan dengan sistem penawaran bersaing ini. Akan tetapi terdapat kemungkinan pekerjaan yang cukup bagi setiap kontraktor dimana dapat diperoleh keuntungan yang layak asalkan setiap kontraktor sepakat menolak untuk menawar setiap pekerjaan kurang dari keuntungan yang layak yang dapat diperolehnya.

Penawaran bersaing memberikan kesempatan yang luas kepada kontraktor untuk menerapkan berbagai strategi, karena pada penawaran bersaing kontraktor

berhadapan dengan keadaan dimana dia harus menawar cukup tinggi untuk memperoleh keuntungan, tetapi pada saat yang sama penawarannya juga harus cukup rendah untuk mendapatkan pekerjaan. Pada pekerjaan yang tersedia dimana kontraktor memiliki kesempatan untuk menawar, maka kontraktor akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- Apakah suatu pekerjaan merupakan penawaran yang berarti ?
- Pada urutan mana pekerjaan yang tersedia akan ditawarkan ?
- Seberapa banyak tawaran yang akan diberikan pada masing-masing pekerjaan ?

Bila penawaran terlalu rendah, tidak akan menjamin keuntungan. Di lain pihak, bila penawaran terlalu tinggi, juga akan menyulitkan kontraktor sendiri untuk memperoleh pekerjaan. Maka pada setiap pekerjaan akan diterapkan strategi harga (*pricing*) yang memberikan kombinasi yang paling baik untuk menarik pekerjaan dengan sejumlah harga tertentu. Harga ini merupakan harga optimum, dan didefinisikan dalam hal keuntungannya sebagai *markup* yang optimum, yang dapat dicapai dengan pertimbangan dan perhitungan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi penentuan *markup* sebelumnya. Tapi meskipun *markup* optimum ini tidak menjamin keuntungan pada jangka panjang, namun demikian akan meyakinkan bahwa harga yang dicapai merupakan keuntungan tertinggi atau dapat juga merupakan kerugian terendah yang memungkinkan diperoleh pada kondisi persaingan yang dihadapi.

Untuk menentukan *markup* pada harga penawarannya, kontraktor harus melakukan pertimbangan-pertimbangan pada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi *markup*.

### **II.3 Berbagai Faktor yang Mempengaruhi Markup**

Setiap kontraktor yang memberikan penawaran dalam suatu pelelangan menentukan nilai *markup* yang berbeda-beda, dengan pertimbangan faktor-faktor dan pendekatan (*estimated*) yang tidak sama pula. Kontraktor juga tidak selalu menawar setiap pekerjaan yang diberikan melalui undangan tender. Biasanya mereka membuat susunan perubahan berkala dari proyek-proyek yang ditawarkan dan memilih yang potensial. Seperti pengamatan *Milne* (1980), pendekatan yang tidak selektif pada persiapan tender, tidak terelakkan lagi akan menambahkan beban pekerjaan pada para *estimator* dan akan mengurangi keakuratan perhitungan estimasi, ketika kapasitas volume pekerjaan yang ditawarkan melebihi kemampuannya (baca *Drew and Skitmore, 1992*).

Menerima beberapa pekerjaan, dengan memberikan nilai *markup* tertentu, tanpa cukup mempertimbangkan beberapa faktor, seperti finansial, manajerial, tenaga kerja, dan sumber daya alam dari lahan proyek, dapat dipastikan akan menghasilkan mutu pekerjaan dibawah standar, dibandingkan dengan proyek yang terkontrol dengan baik. Selain itu, kontraktor yang mengambil pekerjaan tanpa pertimbangan faktor-faktor seperti 'identitas dari *owner* (klien)' dan wakil-wakilnya, atau kemampuan klien untuk membiayai pelaksanaan pekerjaan, kemungkinan besar juga akan membawa ke situasi proyek yang tidak menentu

dan sikap dari klien (atau wakilnya) yang mengacaukan program pelaksanaan proyek, bahkan dapat juga berpengaruh pada proyek lain yang sedang ditangani kontraktor, seperti gangguan-gangguan pada pekerjaan, yang menghasilkan kerugian proyek.

Kontraktor yang tentunya selalu mengharapkan kesuksesan dan operasi yang menguntungkan, sebelumnya harus sudah mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memberikan harga penawaran, yang tentunya sudah mencakup harga nilai *markup* tertentu dalam suatu tender.

*Upson (1987)* pernah menyarankan bahwa faktor-faktor berikut di bawah ini yang harus dipertimbangkan untuk menentukan *markup* penawaran oleh kontraktor (baca *Drew and Skitmore, 1992*), yaitu :

1. Pekerjaan yang sedang ditangani oleh kontraktor.
2. Penawaran-penawaran lain yang juga sedang dilakukan oleh kontraktor.
3. Jumlah staf yang tersedia.
4. Keuntungan yang memungkinkan dari proyek.
5. Kecakapan dari perencana atau *supervising officer*.
6. Jenis atau kondisi kontrak.
7. Kondisi lapangan proyek.
8. Metode dan jadwal pelaksanaan konstruksi.
9. Kondisi pasar.
10. Nilai penawaran dari kontraktor-kontraktor lainnya.

Sementara *Odusote and Fellows (1992)*, memberikan 39 faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *markup*, dan sudah meliputi faktor-faktor yang

diberikan oleh *Upson (1987)*. Faktor-faktor tersebut kemudian digolongkan oleh peneliti kedalam beberapa garis besar, yaitu:

- Faktor mengenai kontraktor dan staf-staf perusahaan.
- Faktor mengenai pemilik proyek (klien).
- Faktor mengenai konsultan pengawas dan perencana.
- Faktor mengenai keadaan kontrak.
- Faktor mengenai keadaan pekerjaan yang ditawarkan.
- Faktor mengenai biaya dan keuntungan yang diharapkan.
- Hal-hal lain yang terkait.

#### **Faktor mengenai kontraktor dan staf-staf perusahaan**

1. *Adanya pekerjaan-pekerjaan lain yang sedang ditangani oleh kontraktor.*

Artinya, kontraktor sedang mengerjakan proyek lain pada saat akan melakukan penawaran. Hal ini dimungkinkan akan berpengaruh sebagai bahan pertimbangan pada saat menentukan *markup* penawaran yang sedang dilakukan.

2. *Adanya penawaran-penawaran lain yang juga sedang dilakukan oleh kontraktor.*

Artinya, pada saat kontraktor melakukan suatu penawaran, dia juga melakukan penawaran yang lain. Tentunya ini akan mempengaruhi *markup* pada setiap penawaran yang dilakukan.



3. *Kecakapan dari para perencana atau supervisor perusahaan.*

Faktor kecakapan ini tentunya juga dapat mempengaruhi penentuan *markup* penawaran. Ada kecenderungan semakin tinggi kecakapan dari perencana atau *supervisor*, semakin pasti nilai *markup* yang akan ditentukan.

4. *Keadaan keuangan perusahaan (financial resources).*

Faktor keuangan dapat dipastikan akan selalu mempengaruhi bisnis, hal ini termasuk juga dalam penentuan *markup*. Semakin buruk keadaan keuangan sebuah perusahaan konstruksi, kecenderungannya akan memberikan *markup* penawaran yang lebih kecil.

5. *Perasaan kontraktor untuk meraih sukses.*

Faktor perasaan ini, sebenarnya adalah faktor yang relatif, artinya tiap kontraktor memiliki visi yang berbeda-beda.

6. *Informasi tentang subkontraktor-subkontraktor yang dipilih.*

Informasi tentang subkontraktor yang dipilih oleh klien (apabila ditentukan demikian dalam dokumen lelang) jelas akan mempengaruhi penentuan *markup* nantinya, karena hal ini berkaitan secara langsung dalam pelaksanaan proyek apabila kontraktor memenangkan pekerjaan. Kontraktor mutlak harus bekerja sama dengan para subkontraktornya demi kelangsungan proyek. Semakin buruk informasi tentang subkontraktor, akan memiliki kecenderungan semakin tinggi nilai *markup* yang ditentukan.

7. *Jumlah dan kualitas sumber daya (resources) untuk tender yang akan dilakukan.*

Faktor ini bisa meliputi peralatan-peralatan konstruksi yang dimiliki atau disewa oleh kontraktor, dana untuk mengikuti pelelangan, ataupun dana untuk biaya *overhead*, baik milik sendiri maupun pinjaman, merupakan faktor yang berpengaruh dalam menentukan *markup* penawaran.

8. *Keputusan perusahaan untuk mengambil pekerjaan yang ditenderkan.*

Faktor ini berhubungan dengan kebijakan perusahaan dalam hal bisnis, terutama pada pekerjaan-pekerjaan tertentu yang menunjang perkembangan perusahaan, dan apabila menyangkut hal tersebut tentunya *markup* lebih diminimumkan, supaya dapat memenangkan pekerjaan.

9. *Nilai atau kualitas dari pekerjaan kontraktor sendiri.*

Untuk faktor ini kontraktor seharusnya dapat mengukur kemampuan ataupun kualitas dari pekerjaannya, yang tentunya akan mempengaruhi penentuan *markup*. Kemampuan yang semakin minim, akan mempunyai kecenderungan untuk memberikan *markup* kecil.

10. *Kemampuan kontraktor untuk memuaskan kepentingan klien (pemilik proyek).*

Klien (pemilik proyek) yang akan memberikan keuntungan bagi kontraktor. Bila kontraktor berkeyakinan tidak mampu mewujudkan kepentingan klien, dapat dipastikan keuntungan tidak akan diraih. Ini tentunya akan mempengaruhi penentuan *markup* pada awalnya.

### **Faktor mengenai pemilik proyek (klien)**

#### *11. Identitas dan reputasi dari pemilik proyek.*

Identitas dan reputasi pemilik proyek tentunya berpengaruh dalam memberikan *markup*, sebab pemilik proyek yang memberikan keuntungan kepada kontraktor, dan membayar modal yang telah dikeluarkan oleh kontraktor untuk biaya *overhead*. Apabila reputasi dan identitas pemilik proyek buruk, nilai *markup* yang ditentukan akan tinggi pula.

#### *12. Pengalaman-pengalaman sebelumnya dengan pemilik proyek.*

Faktor ini tentunya berkaitan dengan pengalaman pribadi antara kontraktor dengan pemilik proyek, meskipun pemilik proyek (klien) memiliki reputasi yang baik, tapi apabila dia memiliki pengalaman yang buruk dengan kontraktor, akan berpengaruh dalam pemberian *markup* juga.

#### *13. Pemilik proyek adalah pelanggan tetap, mempunyai hubungan yang baik serta menunjang perkembangan perusahaan kontraktor.*

Ada banyak kontraktor yang menganggap bahwa hal ini merupakan faktor yang dapat mempengaruhi penentuan *markup*, tapi banyak pula yang tidak.

### **Faktor mengenai konsultan pengawas dan perencana**

#### *14. Identitas dan reputasi dari konsultan.*

Identitas dan reputasi dari konsultan, baik konsultan perencana maupun konsultan pengawas dapat juga berpengaruh pada penentuan *markup*, sebab konsultan yang akan selalu menuntut hasil pekerjaan kontraktor, baik dalam hal mutu atau waktu pelaksanaan.

15. *Pengalaman-pengalaman sebelumnya dengan konsultan.*

Faktor ini menyangkut pengalaman pribadi antara konsultan dengan kontraktor. Meskipun konsultan memiliki reputasi dan identitas yang baik tapi bila pernah membuat pengalaman yang buruk dengan kontraktor tentunya akan memberikan penentuan *markup* yang lebih tinggi.

**Faktor mengenai keadaan kontrak**

16. *Tipe pekerjaan yang ditawarkan.*

Tipe pekerjaan biasanya merupakan faktor yang mutlak mempengaruhi *markup*, misalnya apakah kontraktor akan nantinya akan melaksanakan seluruh pekerjaan konstruksi, atau hanya sub pekerjaan konstruksi, seperti pekerjaan struktur fondasi saja, atau pekerjaan struktur dan finishing saja, kemudian bagaimana hasil pekerjaan yang disyaratkan, dan kompleks tidaknya pelaksanaan konstruksi di lapangan nantinya.

17. *Bentuk kontrak yang ditawarkan oleh pemilik proyek*

Bentuk kontrak tentunya jelas berpengaruh pada *markup*, seperti tinggi tidaknya jaminan penawaran dan pelaksanaan pekerjaan, bagaimana penyelesaian perselisihan, jangka waktu pemeliharaan, aturan pembayaran, resiko dan tanggung jawab kontraktor, termasuk sangsi atau denda karena keterlambatan.

18. *Jumlah informasi yang cukup tentang tender.*

Jumlah informasi tentang tender yang minim juga akan berpengaruh terhadap *markup* nantinya, misalnya kontraktor belum tahu bagaimana sistem

penawaran nantinya dan berapa biaya jaminan penawarannya nantinya, ini tentunya akan memberikan *markup* yang tinggi dalam penawaran yang diberikan oleh kontraktor.

19. *Jangka waktu kontrak.*

Jangka waktu dari kontrak juga akan berpengaruh pada *markup*, seperti kontrak dengan jangka waktu yang lama, tentunya akan memakan biaya sewa peralatan dan investasi yang tinggi, ini akan memberikan *markup* yang tinggi pula pada penawaran kontraktor.

20. *Nilai lain dari proyek.*

Nilai lain dari proyek dapat juga mempengaruhi *markup*, seperti nilai sejarah misalnya. Kontraktor akan mendapatkan penghargaan (*prestige*) di mata masyarakat apabila membangun gedung monumental (bersejarah), ini adalah nilai yang tidak dapat dibandingkan dengan keuntungan finansial.

21. *Waktu yang tepat dari kontrak.*

Waktu yang tepat dari kontrak berkaitan dengan kondisi perusahaan konstruksi, seperti kontraktor yang lama tidak pernah memenangkan pekerjaan, walaupun secara finansial tidak ada masalah, tapi dia sangat mengharapkan kontrak, sehingga pemberian *markup* penawaran akan lebih rendah.

22. *Kontrak yang direncanakan terbagi dalam kontrak-kontrak yang lebih kecil (sub-kontrak).*

Untuk proyek-proyek yang besar, biasanya pelaksanaan pekerjaan terbagi ke dalam sub-sub pekerjaan, yang mana diperlukan adanya kontrak lagi (sub-

kontrak), seperti pekerjaan fondasi, pekerjaan struktur dan finishing, atau pekerjaan mekanikal dan elektrikal. Hal ini tentunya akan berpengaruh dalam penentuan *markup*, karena kontrak dengan cara demikian akan memberikan pengawasan yang ketat, dan keuntungan yang tidak maksimal, apabila dibandingkan dengan kontrak tunggal.

23. *Susunan atau pengaturan yang diusulkan dalam tender.*

Susunan atau pengaturan yang diusulkan dalam tender, dapat menguntungkan atau merugikan kontraktor dalam memenangkan pekerjaan. Tentunya hal ini akan berpengaruh dalam penentuan *markup*.

**Faktor mengenai keadaan pekerjaan yang ditawarkan**

24. *Jarak lokasi proyek.*

Jarak lokasi proyek akan sangat berpengaruh dalam penentuan *markup*. Lokasi proyek yang jauh akan memakan biaya yang besar, dari penyediaan material, peralatan berat, sampai upah tenaga kerja. Ini akan memberikan *markup* yang tinggi pula.

25. *Pendekatan atau estimasi, baik dalam hal biaya, tanggungan atau jaminan, resiko, maupun nilai prestise tertentu, yang mempengaruhi beban pekerjaan lain yang sedang ditangani oleh kontraktor.*

Pendekatan atau estimasi pada biaya atau nilai *prestige* dapat menentukan (memastikan) keuntungan yang akan diperoleh kontraktor nantinya. Maka hal tersebut jelas berpengaruh pada penentuan *markup*.

26. *Kompleksifitas permasalahan konstruksi yang ada dan yang mungkin akan dihadapi oleh kontraktor.*

Permasalahan konstruksi, ditambah dengan kompleksitasnya yang mungkin akan dihadapi oleh kontraktor di lapangan nantinya, dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh kontraktor, maka hal ini dapat dipastikan akan berpengaruh dalam penentuan *markup* pada awalnya.

27. *Pengalaman sebelumnya dengan tipe pekerjaan yang sama.*

Pengalaman dengan tipe pekerjaan yang sama akan sangat membantu kontraktor, baik dalam estimasi biaya, *schedulling* pelaksanaan, sampai dengan metoda pelaksanaan dan peralatan berat yang digunakan. Ini akan memberikan keuntungan yang maksimal bagi kontraktor, maka hal tersebut dapat dipastikan akan berpengaruh dalam penentuan *markup*.

28. *Kondisi lapangan proyek.*

Kondisi lapangan proyek yang sulit, seperti lahan proyek yang memerlukan penggalian dan pengurangan, paratan, *stripping* dengan buldozer atau peralatan berat lainnya, atau lahan yang berawa-rawa sehingga memerlukan pengurangan dan pemadatan, akan memakan biaya yang tinggi, sehingga hal tersebut dapat berpengaruh pada *markup* penawaran.

29. *Adanya data yang diharapkan berguna untuk penguasaan lapangan proyek.*

Adanya data-data yang diperlukan untuk penguasaan proyek, akan sangat membantu kontraktor dalam perencanaan pelaksanaan pekerjaan nantinya, misalnya data mengenai batas-batas lahan proyek dan kondisinya. Hal tersebut

akan memastikan keuntungan yang dapat diperoleh kontraktor, maka faktor ini jelas dapat mempengaruhi penentuan *markup*.

30. *Resiko perubahan kondisi cuaca.*

Resiko, secara sederhana, merupakan ukuran ketidakpastian; sedangkan ketidakpastian merupakan resiko yang tidak dapat diukur. Resiko dan ketidakpastian merupakan hal yang tidak dapat dihindari, maka kontraktor harus memutuskan pada tiap-tiap situasi dimana dengan resiko yang dihadapi akan memberikan kerugian yang minimum. Di sini perubahan kondisi cuaca adalah resiko yang harus dihadapi oleh kontraktor, maka tentunya kontraktor harus mempertimbangkan *markup* berdasarkan faktor ini.

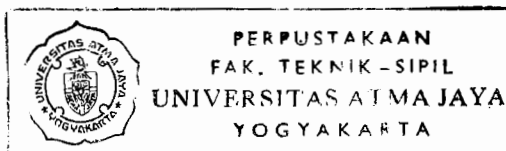
31. *Metoda, program, dan jadwal pelaksanaan pekerjaan konstruksi.*

Metoda, program, dan jadwal pelaksanaan pekerjaan konstruksi yang ditentukan dalam kontrak, bila tidak sesuai dengan rencana kontraktor dapat mengacaukan pelaksanaan pekerjaan nantinya dan mengurangi keuntungan maksimal yang dapat diperoleh kontraktor, maka faktor ini tentunya jelas mempengaruhi penentuan *markup* pada awalnya.

**Faktor mengenai biaya dan keuntungan yang diharapkan**

32. *Keuntungan yang memungkinkan dari pekerjaan yang ditawarkan.*

Keuntungan (secara finansial) yang memungkinkan, jelas merupakan faktor yang mempengaruhi *markup* karena memang hal itulah tujuan utama sebuah perusahaan.





33. *Bobot atau sumbangan proyek nanti, untuk pengembalian sumber daya yang digunakan kontraktor.*

Bobot atau sumbangan proyek untuk pengembalian sumber daya yang digunakan, dapat berupa finansial atau nilai *prestige* tertentu. Ini tentunya juga mempengaruhi penentuan *markup*.

34. *Harga biaya proyek*

Harga biaya proyek jelas berpengaruh pada penentuan *markup*. Misalnya untuk harga biaya proyek yang tinggi, kontraktor harus menyediakan modal yang besar juga untuk biaya *overhead*, ditambah dengan bunga bank yang akan ditanggung, maka *markup* harus ditentukan tinggi, supaya kontraktor tidak mengalami kerugian.

35. *Harga penawaran proyek oleh kontraktor.*

Adakalanya harga penawaran proyek juga mempengaruhi penentuan *markup*, yaitu pada saat kontraktor merasa bahwa harga penawaran yang diberikannya terlalu tinggi atau terlalu rendah, maka dia akan mengoreksinya dengan penentuan *markup*.

36. *Adanya persiapan untuk mengatasi masalah cash flow.*

Adanya persiapan untuk mengatasi masalah *cash flow* yang diperlukan, juga dapat mempengaruhi penentuan *markup*. Kontraktor yang siap secara finansial, untuk menghadapi masalah *cash flow* ini, mempunyai kecenderungan untuk tidak begitu memperhitungkan faktor ini dalam penentuan *markup* penawarannya.

### Hal-hal lain yang terkait

37. *Adanya identifikasi penawaran para kontraktor pesaing yang lain, untuk menentukan probabilitas kemenangan.*

Identifikasi penawaran kontraktor-kontraktor pesaing yang lain diperlukan untuk memperkirakan kemungkinan memenangkan pekerjaan. Apabila identifikasi pada kontraktor pesaing yang lain menunjukkan harga penawaran yang jauh lebih rendah, kontraktor dapat mengoreksi harga penawarannya melalui penentuan *markup* kembali.

38. *Adanya informasi tentang suppliers yang dipilih.*

Informasi tentang *suppliers* yang dipilih oleh klien, atau oleh konsultan pengawas, melalui dokumen kontrak, dapat mempengaruhi harga penawaran yang diberikan oleh kontraktor. Asumsi kontraktor pada *suppliers* yang belum dikenalnya biasanya buruk, sebab *suppliers* sangat menentukan pelaksanaan pekerjaan di lapangan dengan pengadaan material bangunan. *Suppliers* yang terlambat mengirimkan material bangunan akan menghambat pekerjaan secara berurutan, pada pekerjaan lain yang tergantung pada pelaksanaan pekerjaan yang terlambat. Misalnya *suppliers* rangka kuda-kuda baja, yang terlambat mengirimkan materialnya, sehingga menghambat pelaksanaan pemasangan rangka kuda-kuda baja. Keterlambatan ini akan menghambat pekerjaan lain yang tergantung pada pekerjaan pemasangan rangka kuda-kuda, seperti pemasangan usuk dan reng, kemudian pemasangan genteng. Jadi keterlambatan *suppliers* dapat mempengaruhi *schedule* pelaksanaan pekerjaan secara menyeluruh, dan keterlambatan yang berulang-ulang dapat dipastikan

akan menghancurkan proyek, juga proyek-proyek lain yang sedang ditangani kontraktor secara keseluruhan. Untuk itu, adanya *suppliers* yang belum dikenal, yang ditentukan dalam kontrak, akan memberikan kecenderungan penentuan *markup* yang tinggi oleh kontraktor dalam harga penawarannya.

39. *Kondisi pasar (market condition).*

Kondisi pasar adakalanya juga berpengaruh dalam penentuan *markup* penawaran, misalnya pasar *real estate* yang baik saat ini, akan memberikan asumsi kepada kontraktor bahwa pemilik proyek (klien), sebagai *investor*, nantinya tidak akan sulit untuk membayar kewajibannya kepada kontraktor. Sehingga kontraktor mempunyai kecenderungan untuk berani memberikan *markup* yang rendah dalam harga penawarannya demi memenangkan pekerjaan tersebut.

Strategi penentuan nilai *markup* telah banyak dibahas dalam berbagai literatur. *Fine (1975)* pernah menulis tentang beberapa strategi, termasuk penawaran secara acak yang dilakukan ketika kontraktor sungguh membutuhkan pekerjaan, penawaran secara selektif, dan penawaran bersaing dengan alternatif untuk menuntut balik ketika kontrak mendekati batas waktu. *Stone (1983)* juga pernah mengatakan bahwa beberapa perusahaan mematok standar mutu pekerjaan yang lebih rendah dari yang lain, karena hal itu mereka berbeda dalam efisiensi, dan tentu saja dapat menekan biaya (baca *Drew and Skitmore, 1992*).