

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, industri konstruksi dianggap sebagai salah satu industri yang paling menarik dan menjanjikan. Menurut Swantari (2015), pertumbuhan sektor konstruksi di Indonesia per tahun hingga tahun 2015 mencapai tujuh sampai delapan persen, dan diperkirakan hingga tahun 2025, pertumbuhan sektor konstruksi di Indonesia akan mencapai 10%-15% seiring dengan adanya program Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI).

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi bisnis paling besar dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Tabel 1.1 menunjukkan potensi bisnis konstruksi di negara ASEAN.

Tabel 1.1 Potensi Bisnis Konstruksi di Negara ASEAN

NEGARA	2015	2020
Indonesia	70%	79%
Singapura	6%	4%
Vietnam	5%	4%
Thailand	5%	3%
Malaysia	6%	4%
Philipina	8%	6%

Sumber : Buletin LPJK Nasional (2014)

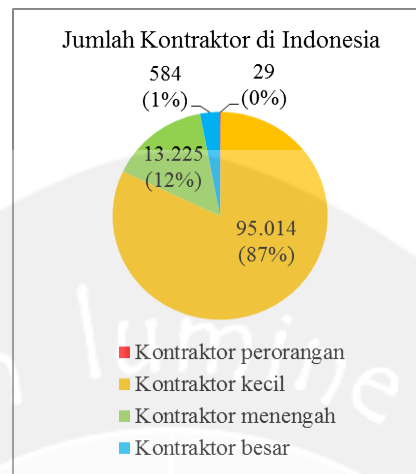
Dari tabel 1.1 dapat dilihat, pada tahun 2015 Indonesia mendominasi potensi bisnis konstruksi di kawasan negara ASEAN yaitu mencapai 70% dan diperkirakan hingga tahun 2020 potensi bisnis konstruksi Indonesia akan terus

meningkat mencapai 79%. Oleh karena itu Indonesia memerlukan strategi dan kesiapan dalam bisnis konstruksi yang berkelanjutan ini.

Menurut Teng dalam Muttaqin (2013) ada beberapa faktor yang mempengaruhi dan menjadi penentu kesuksesan perusahaan jasa konstruksi, yaitu faktor internal, faktor eksternal dan *market forces*. Faktor internal perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan mempunyai pengaruh sebesar 42% terhadap kesuksesan perusahaan. Pengaruh faktor internal terhadap kesuksesan suatu perusahaan khususnya perusahaan jasa konstruksi didominasi oleh manajemen, peralatan, sumber daya manusia, budaya perusahaan, dan keuangan.

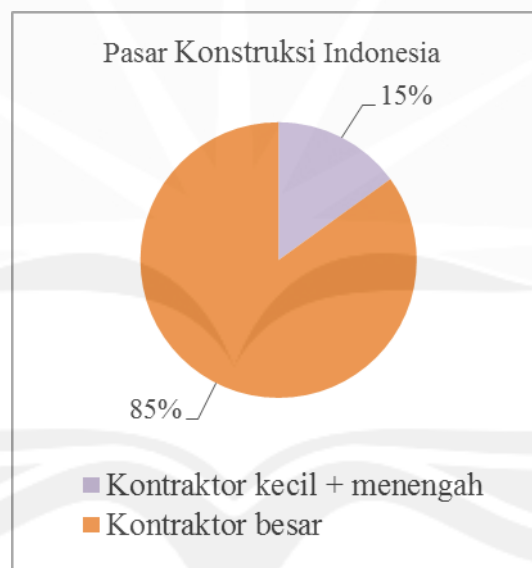
Menurut Diraby et al (2015) sebuah perusahaan konstruksi membutuhkan strategi bersaing yang efektif untuk dapat bertahan hidup di era yang sangat kompetitif ini. Cara kontraktor mengevaluasi daya saing perusahaan dan daya tarik pasar di pasar lokal adalah dengan membangun strategi pemasaran yang efektif. Menurut Setiawan, dkk (2015) untuk dapat bertahan hidup, kontraktor harus memiliki agresivitas kompetitif dan sikap proaktif dalam mencari peluang.

Jumlah total kontraktor nasional di Indonesia hingga tahun 2016 berdasarkan data dari Bina Konstruksi adalah sebesar 108.852 yang terdiri dari kontraktor perorangan (29), kontraktor kecil (95.014), kontraktor menengah (13.225), dan kontraktor besar (584).



Sumber: http://binakonstruksi.pu.go.id/v2/data_konstruksi.php?id=kontraktor.php diakses pada 1 Agustus 2016

Gambar 1.1 Jumlah Kontraktor Nasional Indonesia Tahun 2016



Sumber : <http://finance.detik.com/read/2015/04/27/101532/2898809/4/kontraktor-besar-kuasai-85-pasar-konstruksi-di-ri> diakses pada 1 Agustus 2016

Gambar 1.2 Pasar Konstruksi Indonesia Tahun 2015

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa jumlah kontraktor besar di Indonesia hanya sebesar satu persen, kontraktor menengah sebesar 12%, dan kontraktor kecil sebesar 87%.

Berdasarkan gambar 2, pada tahun 2015 sebanyak 85% nilai pasar konstruksi Indonesia dikuasai oleh kontraktor besar sedangkan sisanya sebesar 15% nilai pasar konstruksi diperebutkan oleh kontraktor menengah dan kecil. Keadaan ini menyebabkan persaingan usaha di pasar konstruksi kualifikasi menengah dan kecil ini menjadi sangat ketat. Pasar konstruksi di Indonesia masih didominasi oleh badan usaha berkualifikasi besar yang jumlahnya hanya satu persen dari seluruh badan usaha jasa konstruksi. Hal ini menjadi sebuah persoalan bagaimana meningkatkan kelas badan usaha jasa konstruksi (kontraktor) menengah dan kecil menjadi badan usaha berkualifikasi besar agar dapat memiliki daya saing dan dapat bertahan hidup di era yang sangat kompetitif ini. Oleh karena itu, kajian mengenai daya saing perusahaan kontraktor menengah dan kecil di Indonesia layak untuk dilakukan.

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *mapping* karakteristik perusahaan kontraktor menengah dan kontraktor kecil di Indonesia?
2. Apakah terdapat perbedaan daya saing perusahaan kontraktor menengah di Indonesia berdasarkan kelompok *mapping* perusahaan?
3. Apakah terdapat perbedaan daya saing perusahaan kontraktor kecil di Indonesia berdasarkan kelompok *mapping* perusahaan?
4. Apakah terdapat perbedaan daya saing kontraktor menengah berdasarkan tingkat pendidikan penanggungjawab teknik badan usaha?

5. Apakah terdapat perbedaan daya saing kontraktor kecil berdasarkan tingkat pendidikan penanggungjawab teknik badan usaha?
6. Apakah terdapat perbedaan daya saing kontraktor menengah berdasarkan sertifikat yang dimiliki oleh penanggungjawab teknik badan usaha?
7. Apakah terdapat perbedaan daya saing kontraktor kecil berdasarkan sertifikat yang dimiliki oleh penanggungjawab teknik badan usaha?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tersebut adalah:

1. Mengetahui *mapping* karakteristik perusahaan kontraktor menengah dan kontraktor kecil di Indonesia.
2. Mengetahui perbedaan daya saing perusahaan kontraktor menengah di Indonesia berdasarkan kelompok *mapping* perusahaan.
3. Mengetahui perbedaan daya saing perusahaan kontraktor kecil di Indonesia berdasarkan kelompok *mapping* perusahaan.
4. Mengetahui perbedaan daya saing kontraktor menengah berdasarkan tingkat pendidikan penanggungjawab teknik badan usaha.
5. Mengetahui perbedaan daya saing kontraktor kecil berdasarkan tingkat pendidikan penanggungjawab teknik badan usaha.
6. Mengetahui perbedaan daya saing kontraktor menengah berdasarkan sertifikat yang dimiliki oleh penanggungjawab teknik badan usaha.
7. Mengetahui perbedaan daya saing kontraktor kecil berdasarkan sertifikat yang dimiliki oleh penanggungjawab teknik badan usaha.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat lebih terfokus dan terarah, maka batasan permasalahan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Subyek penelitian ini adalah menganalisis keunggulan bersaing perusahaan jasa konstruksi.
2. Penelitian ini dilakukan pada kontraktor kualifikasi menengah dan kecil di Indonesia yaitu yang berada di daerah Yogyakarta, Klaten, Surakarta, Magelang, Semarang, Tegal, Cirebon, Jakarta, Banten, Bekasi, Sumba Timur, dan Saumlaki (Maluku Tenggara Barat).
3. Penelitian ini dilakukan berdasarkan sudut pandang pimpinan perusahaan jasa konstruksi.
4. Penelitian ini terbatas pada daya saing perusahaan jasa konstruksi (kontraktor menengah dan kontraktor kecil)

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis dan perusahaan kontraktor. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah:

1. Bagi penulis : penelitian ini bermanfaat untuk memberikan gambaran tentang perkembangan bisnis konstruksi di Indonesia, terutama strategi bersaing untuk dapat meningkatkan profit perusahaan kontraktor menengah dan perusahaan kontraktor kecil.
2. Bagi kontraktor : penelitian ini dapat memberikan informasi atau masukan kepada perusahaan kontraktor menengah dan kecil dalam mengembangkan strategi yang digunakan untuk bersaing dan bertahan hidup di era yang sangat

kompetitif ini. Apabila perusahaan kontraktor menengah dan perusahaan kontraktor kecil ini dapat meningkatkan daya saing perusahaannya, maka daya saing konstruksi nasional juga dapat ditingkatkan.

1.6 Keaslian Tugas Akhir

Penelitian mengenai *Competitive of Contractors* yang pernah dilakukan sebelumnya antara lain :

1. Diraby et al (2006) dalam jurnal yang berjudul “*How do contractors evaluate company competitiveness and market attractiveness? The case of Toronto contractors*”.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perusahaan konstruksi di Toronto mengevaluasi daya tarik pasar dan daya saing perusahaan dalam kurun waktu 10 tahun. Evaluasi tersebut adalah langkah pertama untuk membangun strategi pemasaran yang efektif. Faktor yang paling penting yang mempengaruhi daya saing perusahaan konstruksi di Kanada meliputi kepuasan pelanggan, efisiensi biaya, dan catatan keamanan. Faktor dengan dampak tertinggi pada daya tarik pasar adalah profitabilitas yang berkelanjutan (*return on investment*), pasokan keuangan, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan.

2. Swantari (2015) dalam tesis yang berjudul “*Kajian Daya Saing Kontraktor Besar di Indonesia*”.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik perusahaan dan faktor-faktor internal yang mempengaruhi daya saing antar perusahaan serta dapat mengetahui positioning kontraktor-kontraktor besar di Indonesia berdasarkan kemiripannya dalam melakukan persaingan. Responden dalam

penelitian ini adalah 21 *top manager* perusahaan konstruksi golongan besar Indonesia. Dari penelitian ini didapat hasil, faktor yang paling mempengaruhi dalam keunggulan bersaing antar perusahaan konstruksi di Indonesia adalah pada keterampilan manajemennya. Sedangkan berdasarkan peta positioning menunjukkan 21 perusahaan berkumpul menjadi 4 kelompok berdasarkan kemiripan karakteristik dan persepsi responden mengenai faktor faktor internal yang mempengaruhi keunggulan daya saing antar perusahaan.

3. Lu et al (2008) dalam jurnal yang berjudul “*Critical Success Factors for Competitiveness of Contractors : China Study*”.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi daya saing kontraktor untuk meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan konstruksi dengan memanfaatkan pendekatan CFS. Faktor utama yang berpengaruh dalam meningkatkan daya saing kontraktor adalah dengan mengadopsi strategi penawaran, memiliki strategi kompetitif eksplisit, dan mengembangkan hubungan yang baik dengan pemerintah.

4. Nainggolan (2011) dalam tesis yang berjudul “*Strategi Peningkatan Daya Saing untuk Meningkatkan Profit Perusahaan Jasa Konstruksi (Kontraktor) Studi Kasus Rekanan PT. X*”.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor dominan yang mempengaruhi daya saing untuk meningkatkan profit perusahaan jasa konstruksi (kontraktor) dan menyusun strategi bersaing. Faktor dominan yang mempengaruhi daya saing untuk meningkatkan profit perusahaan jasa konstruksi adalah kemampuan menghasilkan kualitas pekerjaan sesuai dengan

harapan *owner, core business* kontraktor – perusahaan spesialis atau generalis, karyawan yang bermotivasi tinggi dan komitmen terhadap kesuksesan proyek dan K3L, ketersediaan material industri seperti semen, besi, baja, dan lainnya, inovasi khususnya terhadap produk dan jasa konstruksi, dan metode kerja konstruksi yang efektif dan efisien sesuai dengan lokasi proyek.

