

**STRATEGI DAN ANALISIS PENETAPAN HARGA PROYEK
OLEH KONTRAKTOR**

TUGAS AKHIR SARJANA STRATA SATU

Oleh:

CHANDRA

No. Mhs : 10623

NPM : 01 02 10623



**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2009

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SARJANA STRATA SATU

**STRATEGI DAN ANALISIS PENETAPAN HARGA PROYEK
OLEH KONTRAKTOR**

Oleh :

CHANDRA

10623 / TSMK

NPM : 01 02 10623

Telah direvisi, diperiksa, dan disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yogyakarta,2009

Pembimbing I

Pembimbing II

(Ir. A. Koesmargono, MCM, Ph.D)

(Ir. Eko Setyanto, MCM.)

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Teknik Sipil

(Ir. Junaedi Utomo, M. Eng)

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SARJANA STRATA SATU

STRATEGI DAN ANALISIS PENETAPAN HARGA PROYEK

OLEH KONTRAKTOR



Oleh :

CHANDRA

10623 / TSMK

NPM : 01 02 10623

Telah direvisi, diperiksa, dan disetujui oleh penguji

	Nama Dosen	Paraf	Tanggal
Ketua	: Ir. Eko Setyanto, MCM
Sekretaris	: Ferianto Rahardjo ST.,MT
Anggota	: Ir. AY. Harijanto S.,M.Eng

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan karena dengan kasih dan penyertaan-Nya saja penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat yudisium dalam mencapai tingkat keserjanaan Strata 1 (S1) pada program studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis juga menyadari keberhasilan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berkeinginan untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. A. Koesmargono, MCM., Ph.D selaku pembimbing I atas waktu yang telah banyak diberikan kepada penulis dan kesabaran dalam membimbing penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Ir. Eko Setyanto, MCM selaku pembimbing II atas bimbingan, waktu, arahan dan kesabaran dalam membimbing penulisan tugas akhir ini.
3. Papa dan Mama tercinta, yang selalu mendukung baik secara moral maupun material, dan juga atas doanya setiap hari.
4. Saudara2ku, Alay, Lan2, Ahab, dan Meri atas dorongan dan doanya.
5. Vivi noge, Fendy, Husin, Dony Oei, Benny Oei, Yung, Osin, Ade, Ko Ayong, Afu, Indra, Pache, Ci Henny, Bari, serta semua teman di Tirta Kirana 1&2, atas bantuan dan kerjasamanya.
6. Serta semua doggie2 yang lucu Mini, Mo2n, Echi, Cripa, Skubi, Barca yang telah menghibur penulis dalam kehidupan sehari-hari di Tirta Kirana.

Juga kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas dukungannya serta bantuannya selama ini. Akhir kata penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi dunia Teknik Sipil pada khususnya dan dunia luar pada umumnya.

Yogyakarta, November 2009

Penulis

(Chandra)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR BIMBINGAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kegiatan proyek	6
2.2. <i>Markup</i>	7
2.3. <i>Expected Profit</i>	8
2.4. Strategi Penetapan Harga Proyek.....	8
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.2. Metode Pengumpulan Data	18
3.3. Metode Analisis Data.....	18
3.4. Rumus Model Perhitungan.....	19
3.5. Metode Pengukuran Instrumen	22
3.6. Probabilitas Menggunakan Distribusi Normal.....	24
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Umum.....	25
4.2. Karakteristik Responden	25
4.2.1. Umum.....	25
4.2.2. Spesialisasi Proyek yang Dikerjakan	26
4.2.3. Jenis Kepemilikan Perusahaan.....	27
4.2.4. Lama Perusahaan Terbentuk	27
4.2.5. Kualifikasi Perusahaan.....	28
4.2.6. Jabatan dalam Perusahaan.....	29
4.3. Strategi Penetapan Harga Proyek.....	29

4.4. Faktor-faktor Penting yang Menjadi Pertimbangan Kontraktor untuk Menetapkan Harga Suatu Proyek.....	32
4.5. Praktek-Praktek yang Dipakai untuk Memutuskan Berapa Besar <i>Markup</i>	33
4.6. Prosentase Besarnya <i>Markup</i>	34
4.7. Analisis Perhitungan Data Tender.....	35

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	43

DAFTAR PUSTAKA	45
-----------------------------	----

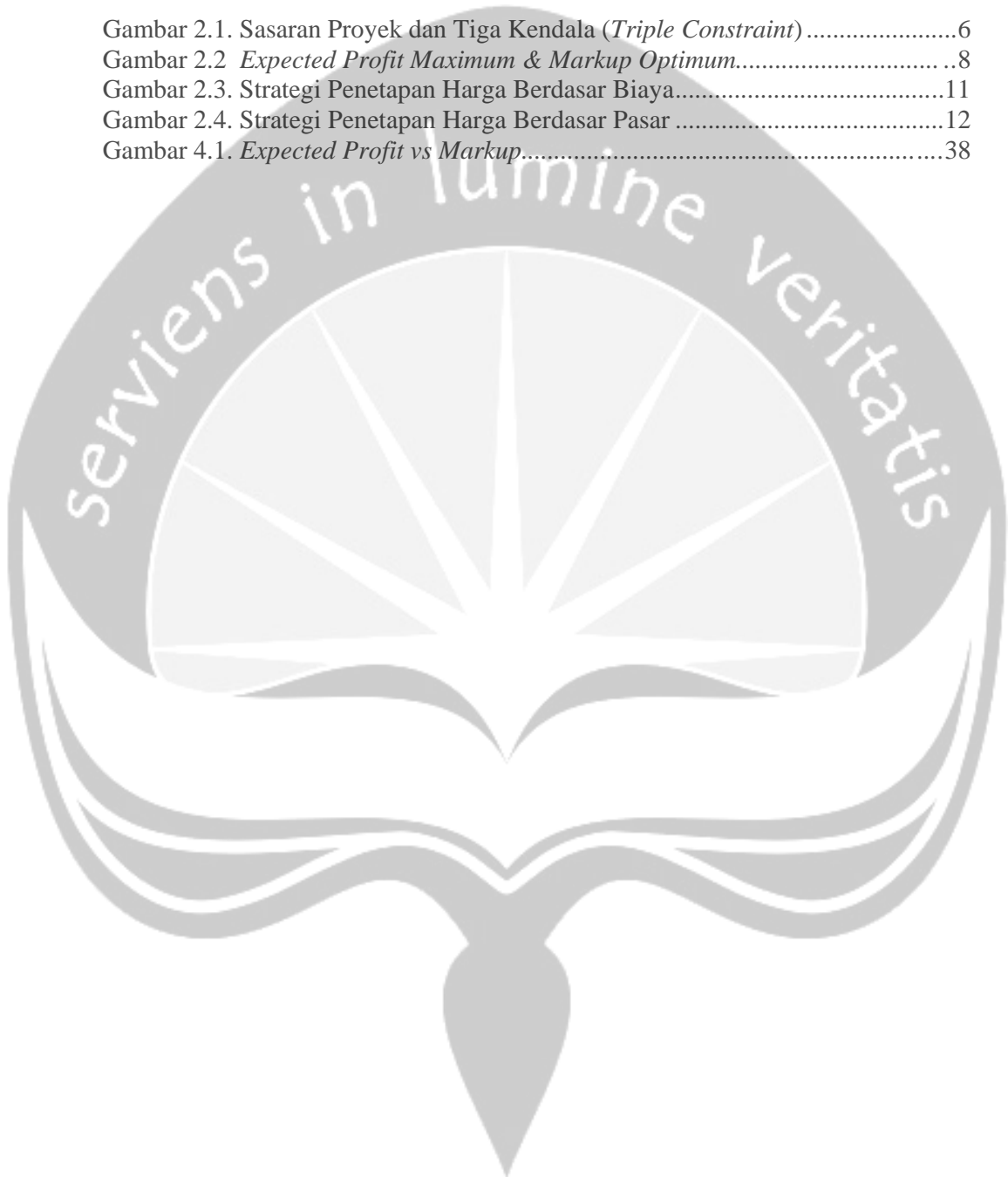
LAMPIRAN	46
-----------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Sasaran Proyek dan Tiga Kendala (<i>Triple Constraint</i>).....	6
Gambar 2.2 <i>Expected Profit Maximum & Markup Optimum</i>	8
Gambar 2.3. Strategi Penetapan Harga Berdasar Biaya.....	11
Gambar 2.4. Strategi Penetapan Harga Berdasar Pasar	12
Gambar 4.1. <i>Expected Profit vs Markup</i>	38



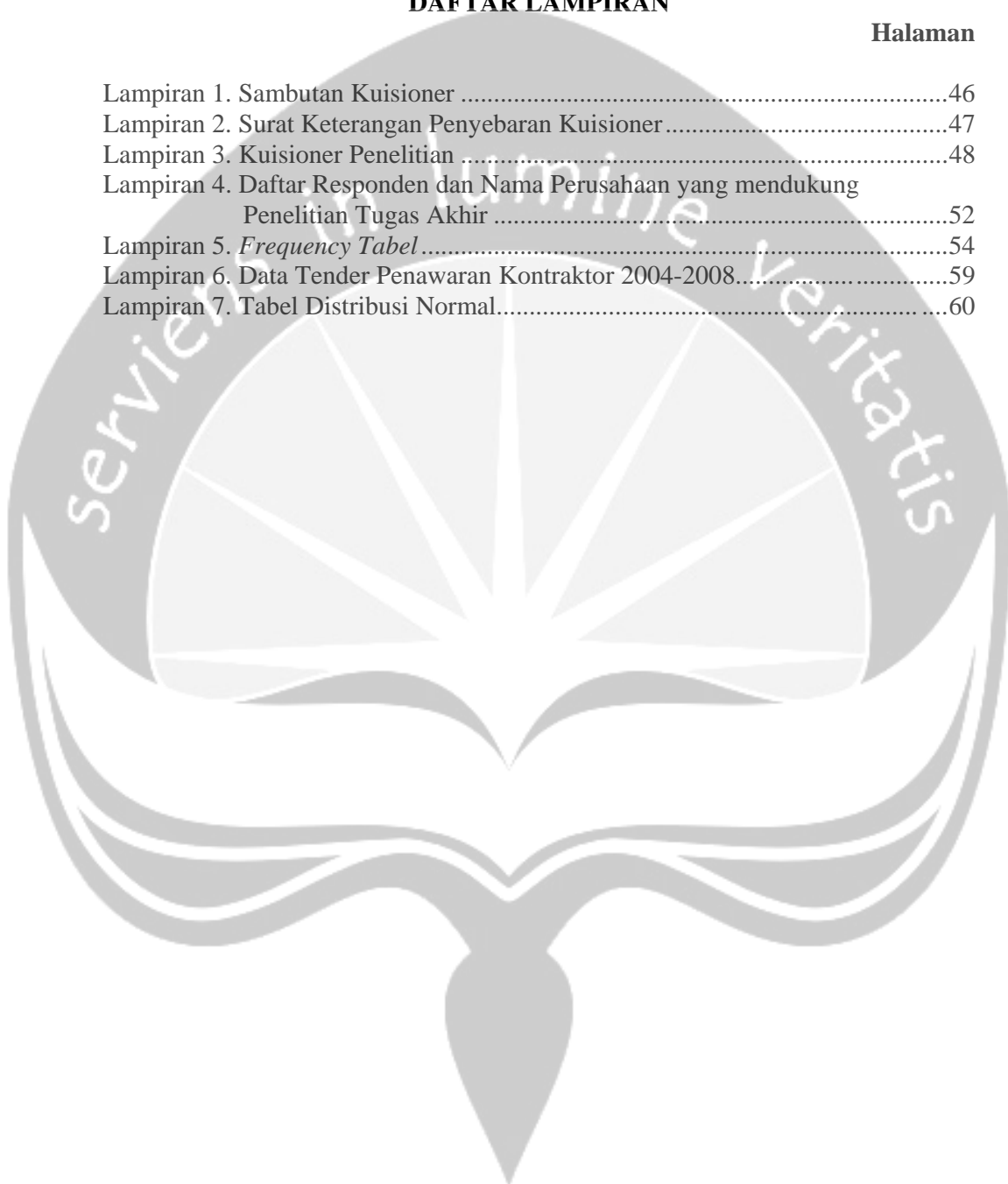
DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1.	Spesialisasi Proyek yang Dikerjakan	26
Tabel 4.2.	Jenis Kepemilikan Perusahaan.....	27
Tabel 4.3.	Lama Perusahaan Terbentuk.....	27
Tabel 4.4.	Kualifikasi Perusahaan	28
Tabel 4.5.	Jabatan dalam Perusahaan	29
Tabel 4.6.	Strategi Penetapan Harga Proyek	30
Tabel 4.7.	Faktor-faktor Penting yang Menjadi Pertimbangan Kontraktor untuk Menetapkan Harga Suatu Proyek	32
Tabel 4.8.	Praktek-praktek yang Dipakai untuk Memutuskan Berapa Besar <i>Markup</i>	33
Tabel 4.9.	Prosentase Besarnya <i>Markup</i>	34
Tabel 4.10.	Rasio Harga Penawaran Terhadap Estimasi Biaya.....	35
Tabel 4.11.	<i>Mean</i> , Standar Deviasi, Varian menggunakan Multi Distribusi Normal.....	36
Tabel 4.12.	Hasil Nilai Z yang didapatkan dari <i>Markup</i> , <i>Mean</i> , SD	36
Tabel 4.13.	Probabilitas Menang menggunakan Distribusi Normal.....	37
Tabel 4.14.	Probabilitas Menang dengan Distribusi Normal untuk Model Friedman, Gates dan Ackoff & Sasieni.....	37
Tabel 4.15.	<i>Expected Profit vs Markup</i>	38
Tabel 4.16.	Hasil <i>Markup Optimum</i> dari <i>Expected Profit Maximum</i>	39
Tabel 4.17.	Hasil Pengujian <i>Markup Optimum</i> Terhadap Penawaran Terendah dari Data Pilihan Kontrak No 30 dan 31.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Sambutan Kuisisioner	46
Lampiran 2. Surat Keterangan Penyebaran Kuisisioner	47
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian	48
Lampiran 4. Daftar Responden dan Nama Perusahaan yang mendukung Penelitian Tugas Akhir	52
Lampiran 5. <i>Frequency Tabel</i>	54
Lampiran 6. Data Tender Penawaran Kontraktor 2004-2008	59
Lampiran 7. Tabel Distribusi Normal	60



INTISARI

“STRATEGI DAN ANALISIS PENETAPAN HARGA PROYEK OLEH KONTRAKTOR”, Chandra, No. Mhs : 10623, Tahun 2009, Program Peminatan Studi Manajemen Konstruksi, Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Untuk menetapkan penawaran harga suatu proyek, kontraktor perlu melakukannya dengan teliti, agar pada penetapan penawaran harga suatu proyek konstruksi, dapat bersaing dengan harga-harga dari kontraktor lain, tetapi tetap meraih keuntungan yang cukup memuaskan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana strategi penetapan harga suatu proyek oleh kontraktor di Yogyakarta dan Jawa Tengah, mengetahui faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan kontraktor untuk menetapkan harga suatu proyek, mengidentifikasi praktek-praktek yang dipakai untuk memutuskan *markup*, dan mengetahui prosentase besarnya *markup*, serta mengidentifikasi model yang tepat untuk menentukan besarnya *markup*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner ke perusahaan-perusahaan kontraktor dan pengumpulan data tender penawaran harga proyek diambil pada perusahaan-perusahaan dan instansi pemerintah yang berdomisili di Yogyakarta, Semarang, dan Solo, yang seluruhnya berjumlah 35 responden dan data tender penawaran sebanyak 30. Hasil jawaban responden diolah dengan metode analisis deskriptif yaitu mencari nilai *mean* dan standar deviasi, serta data tender diolah dengan berbagai model analisis.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kebanyakan responden menggunakan strategi penetapan harga yang berdasarkan pendekatan biaya. Faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan kontraktor untuk menetapkan harga suatu proyek adalah tujuan finansial dari perusahaan, kebutuhan akan pekerjaan, kompetisi dengan kontraktor lain dan ukuran proyek. Pada praktek yang dipakai untuk memutuskan besarnya *markup*, mayoritas responden (86,7%) memilih penilaian berdasarkan pengalaman-pengalaman sebelumnya. Untuk prosentase besarnya *markup* sebagian besar reponden (33,3%) memilih prosentase antara 7,5-10%. Dari analisis untuk mencari model yang tepat untuk memperkirakan besarnya *markup*, model Friedman, Gates, Ackoff & Sasieni. Ketiganya merupakan model yang tepat untuk memperkirakan besarnya *markup optimum* dengan menggunakan distribusi normal, menghasilkan 5% pada ketiga model analisis.

Kata kunci : Strategi, harga, biaya, *markup*, penawaran.