

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pelelangan/Pengadaan Barang atau Jasa Konstruksi

2.1.1 Pengertian

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2010 Tentang Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah, pengadaan barang/jasa Pemerintah yang selanjutnya disebut dengan Pengadaan barang/jasa adalah kegiatan untuk memperoleh barang/jasa oleh kementerian/lembaga/satuan kerja perangkat daerah/institusi lainnya yang prosesnya dimulai dari perencanaan kebutuhan sampai diselesaikannya seluruh kegiatan untuk memperoleh barang/jasa.

Menurut Ervianto (2005:49) pelelangan merupakan serangkaian kegiatan untuk menyediakan barang/jasa dengan cara menciptakan persaingan yang sehat di antara penyedia barang/jasa yang setara dan memenuhi syarat, berdasarkan metode dan tata cara tertentu yang telah ditetapkan dan diikuti oleh pihak-pihak yang terkait secara taat azas sehingga terpilih penyedia terbaik

Menurut Daryatno (2003) tender pelaksanaan suatu bangunan dalam bidang pemborongan jasa konstruksi, atau sering disebut pelelangan, adalah suatu sistem pengadaan bahan dan jasa. Dalam bidang jasa konstruksi, tender pelaksanaan dilakukan oleh pemberi tugas/ pemilik proyek, dengan mengundang beberapa perusahaan kontraktor untuk mendapatkan satu pemenang yang mampu melaksanakan pekerjaan sesuai persyaratan yang ditentukan dengan harga wajar

dan dapat dipertanggungjawabkan baik dari segi mutu maupun waktu pelaksanaannya.

2.1.2 Jenis Tender/Pelelangan

Berdasarkan kepemilikan dapat dibedakan atas:

a. Proyek Pemerintah

Pengadaan barang/jasa di Indonesia dilaksanakan sesuai dengan pedoman Keputusan Presiden RI No. 54 Tahun 2010 beserta perubahannya dalam pelaksanaannya melalui metode pelelangan umum untuk pemilihan/seleksi penyedia jasa yang terbagi menjadi 5 (lima) metode, yaitu:

1. Pelelangan umum, metode pemilihan penyedia barang/pekerjaan konstruksi/jasa lainnya untuk semua pekerjaan dapat diikuti oleh semua penyedia barang/pekerjaan konstruksi/jasa lainnya yang memenuhi syarat.
2. Pelelangan terbatas, adalah metode pemilihan penyedia pekerjaan konstruksi untuk pekerjaan konstruksi dengan jumlah penyedia yang mampu melaksanakan diyakini terbatas dan untuk pekerjaan yang kompleks.
3. Pemilihan langsung, adalah metode pemilihan penyedia pekerjaan konstruksi untuk pekerjaan yang bernilai paling tinggi Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)

4. Penunjukan langsung, adalah metode pemilihan penyedia barang/jasa dengan cara menunjuk langsung1 (satu) penyedia barang/jasa.
5. Pengadaan Langsung, adalah pengadaan barang/jasa langsung kepada penyedia barang/jasa, tanpa melalui pelelangan/seleksi/penunjukan langsung.

b. Proyek Swasta

Ketentuan mengenai tender proyek milik swasta biasanya diatur sendiri oleh masing-masing pemilik. Meskipun demikian, ketentuan tersebut mengacu pada standar kontrak tertentu, misalnya standar internasional seperti (Laoren, 2009 pp:27-29) FIDIC (*Federation Internationale Des Ingenieurs Conseil*).

Pada umumnya dilakukan dengan cara tender terbatas, dengan mengundang beberapa kontraktor yang sudah dikenal. Perkembangan saat ini adalah dalam memilih kontraktor yang diundang, pemilih (*owner* terlebih dahulu mengundang beberapa calon kontraktor untuk melakukan presentasi tentang kemampuan mereka dalam melaksanakan proyek yang akan dilelangkan. Berdasarkan cara pembukaan dokumen penawaran, tender dapat dibedakan menjadi:

1. Tender terbuka, yaitu pembukaan dan pembacaan dokumen penawaran dari peserta dilakukan didepan seluruh peserta, sehingga masing-masing mengetahui harga penawaran pesaingnya.

2. Tender tertutup, dimana dokumen penawaran yang masuk tidak dibacakan didepan seluruh peserta tender, bahkan kadang-kadang para peserta tidak saling mengetahui siapa pesaingnya.

2.1.3 Peraturan Pengadaan Barang atau Jasa Konstruksi

Di Indonesia, pedoman pelaksanaan pengadaan barang atau jasa konstruksi untuk proyek pemerintah diatur oleh Keputusan Presiden Negara Republik Indonesia tentang Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (Keppres tentang pelaksanaan APBN). Keppres yang mengatur pengadaan barang dan jasa telah beberapa kali mengalami penyempurnaan, contohnya Keppres No. 14 A Tahun 1980, tanggal 14 April 1980 disempurnakan menjadi Keppres No. 18 Tahun 1981, tanggal 5 Mei 1981. Tahun anggaran 1984/1985 telah dikeluarkan Keppres No. 29 Tahun 1984, tanggal 21 April 1984 sebagai pengganti Keppres No. 14 A tahun 1980 dan Keppres No. 28 tahun 1981. Kemudian disempurnakan kembali dengan keluarnya Keppres NO.16 Tahun 1994 dilanjutkan Keppres No.6 Tahun 1999, Keppres No.18 Tahun 2000 selanjutnya Keppres No. 80/2003 dan yang terbaru Keppres No.54/2010 (Ervianto, 2005).

2.2. Kriteria Penyedia Jasa Konstruksi

Kriteria penyedia jasa konstruksi merupakan salah satu persyaratan yang ditetapkan dalam Perpres No. 54/2010 yang digunakan sebagai evaluasi penilaian dalam proses lelang jasa konstruksi. Persyaratan utama bagi penyedia jasa konstruksi untuk mengikuti pelelangan adalah memiliki Sertifikat Badan Usaha

(SBU) dan Sertifikat Tenaga Ahli atau Sertifikat Tenaga Terampil (STA-SKA) yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi (LPJK) sesuai dengan bidang keahlian (Zidni, 2008).

Berdasarkan Perpres No. 54/2010, penilaian terhadap kriteria penyedia jasa konstruksi yang dilakukan oleh panitia lelang meliputi 3 (tiga) aspek (Wahyudin dkk, 2004), yaitu:

- a. Segi administrasi meliputi syarat untuk memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan untuk menjalankan usaha atau kegiatan sebagai penyedia jasa konstruksi, memiliki keahlian, pengalaman, kemampuan teknis, dan manajerial untuk menyediakan jasa pelaksanaan, tidak dalam pengawasan pengadilan, tidak pailit, kegiatan usahanya tidak sedang dihentikan dan atau direksi yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan tidak sedang dalam menjalani sanksi pidana, secara hukum mempunyai kapasitas menandatangani kontrak, sudah memenuhi kewajiban perpajakan terakhir, dibuktikan dengan melampirkan Surat Pajak Tahunan (SPT), Pajak Penghasilan (PPh) terakhir, dan salinan surat setoran pajak, dalam kurun waktu 4 (empat) tahun terakhir penuh memperoleh pekerjaan jasa pelaksanaan baik di lingkungan pemerintah maupun swasta termasuk pengalaman sub kontrak, kecuali penyedia jasa konstruksi yang baru berumur 3(tiga) tahun, memiliki sumber daya manusia, modal, peralatan, dan fasilitas lain yang diperlukan dalam pengadaan jasa konstruksi, tidak masuk dalam daftar hitam, memiliki alamat tetap dan jelas serta dapat dijangkau dengan pos, dan khusus

untuk penyedia jasa konstruksi orang atau perseorangan sama dengan di atas kecuali syarat kelima.

- b. Segi teknis meliputi metode pelaksanaan pekerjaan yang memenuhi persyaratan substantif yang ditetapkan dalam dokumen lelang, jadwal waktu pelaksanaan yang ditetapkan, jenis, kapasitas, komposisi, dan jumlah peralatan minimal, spesifikasi teknis, personil inti yang ditetapkan, dan bagian pekerjaan yang disubkan,
- c. Segi harga antara meliputi koreksi aritmatik terhadap harga penawaran yang masuk, daftar kuantitas dan harga satuan setiap jenis atau item pekerjaan, dan analisis harga satuan pekerjaan utama.

Pada umumnya pengajuan atau pemasukan dokumen lelang harus menyertakan informasi yang berkaitan dengan kategori seperti berikut ini antara lain (Gransberg, 1997):

1. Pendekatan teknis
2. Kemampuan manajemen
3. Kemampuan finansial
4. Pengalaman terdahulu
5. Kinerja masa lalu
6. Metode pelaksanaan
7. Informasi harga proyek

Sedangkan menurut Al Zhami dan Mc Caffer (2000), beberapa kriteria dalam pemilihan penyedia jasa konstruksi adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik proyek
2. Sifat pasar
3. Kebutuhan terhadap penyedia jasa konstruksi dan arsitek
4. Kategori klien
5. Rencana organisasi klien
6. Peraturan desain dan konstruksi setempat.

2.3. Strategi

2.3.1 Pengertian

Menurut Park William (1992), strategi dapat didefinisikan dengan 6 (enam) poin seperti berikut:

1. Kemampuan manajemen yang baik dalam menghadapi saingan.
2. Merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam penggunaan sumber daya financial/keuangan dan fisik/infra struktur, dengan secara objektif.
3. Menggunakan seni dan ilmu pengetahuan untuk mendapatkan keuntungan disaat yang tepat.
4. Metode atau rencana yang tersusun dengan baik dan hati-hati.
5. Suatu cara dalam mencapai tujuan atau keuntungan.
6. Ide yang dapat berdasarkan objektifitas dari perusahaan yang dapat diterima secara logis, dengan alasan yang tepat untuk dilakukan.

Menurut (Burhan, 1994) , strategi merupakan fungsi dari semua para manajer pada semua tingkat dari organisasi yang bersangkutan. Langkah-langkah dalam merencanakan strategi adalah:

1. Menetapkan sasaran, menetapkan bidang kegiatan perusahaan yang bersangkutan.
2. Merencanakan strategi, mengembangkan konsep-konsep, pemikiran dan rencana-rencana untuk mencapai sasaran, sekaligus untuk menghadapi dan memenangkan persaingan.
3. Menentukan tujuan akhir, apa hasil yang diharapkan dalam jangka waktu pendek secara lebih terperinci sesuai sasaran-sasaran jangka waktu dalam implementasi strategi yang sebenarnya.
4. Menetapkan program-program manajemen dan rencana-rencana operasional, mengembangkan program-program dan rencana-rencana yang mengatur kegiatan serta penggunaan sumber daya untuk mencapai sasaran berdasarkan strategi yang telah digariskan.
5. Memperoleh informasi untuk pengawasan, menyediakan fakta-fakta dan angka-angka untuk membantu yang berkepentingan mengikuti strategi, kebijakan, tata laksana dan program-program yang telah ditetapkan.

Strategi adalah suatu upaya yang dapat digunakan oleh pemakai dalam mendekati permasalahan pada kondisi yang nyata-nyatanya (Ervianto, 2004).

2.3.2 Jenis-jenis Strategi

Banyak cara peserta lelang berusaha untuk memenangkan lelang dengan menerapkan berbagai strategi (Ervianto, 2004), yaitu:

1. Strategi kompetitif merupakan strategi penawaran yang paling ideal dengan mengasumsikan seluruh pesaing menggunakan strategi yang jujur dalam kompetisi.
2. Strategi menurunkan harga digunakan oleh peserta lelang untuk memenangkan lelang dengan cara menurunkan harga dan rela mendapatkan keuntungan minimal.
3. Strategi merugi bertujuan untuk memperoleh simpati dari *owner* dengan harapan untuk mendapatkan proyek berikutnya.
4. Strategi pembayaran dengan kelonggaran bertujuan memberikan kelonggaran kepada *owner* dalam hal pembayaran termin.
5. Strategi perundingan bawah meja bertujuan mendapatkan nilai OE (*Owner Estimate*) dalam suasana tidak formal.

Menurut Mochtar (2008) pada dasarnya ada 3 (tiga) ekstrim strategi harga penawaran, yaitu :

1. *Cost-based pricing* (CBP), merupakan strategi harga penawaran yang berbasis estimasi biaya, mulai dengan menentukan biaya total (biaya langsung dan tidak langsung) untuk membuat sebuah produk. Kemungkinan harga produk tersebut adalah biaya total ditambah *markup*, yaitu profit. Ada dua masalah dengan strategi harga tersebut, pertama harga yang ditetapkan terlalu rendah (*underpricing*) sehingga

kesempatan meraih profit yang lebih terlewatkan. Kemungkinan kedua, harga yang ditetapkan terlalu tinggi (*overpricing*) melebihi *perceived value* dari pemilik proyek terhadap produk maupun harga dari para pesaing sehingga berakibat gagal mendapatkan proyek.

2. *Market-based pricing* (MBP), merupakan estimasi biaya tidak dibuat sama sekali, keputusannya selalu ikut pelanggan, sepenuhnya berdasarkan kepada informasi pasar melalui intelijen pemasaran. Analisis dan optimasi biaya secara rinci dilakukan sesudah memenangkan proyek, sebelum kegiatan konstruksi dimulai.
3. *Hybrid-pricing Model*, merupakan variasi CBP tetapi yang menyertakan informasi mengenai pasar serta proses optimasi biaya yang disesuaikan dengan kisaran harga pasar yang terpantau melalui intelijen pemasaran. Seperti CBP, pada model ini estimasi biaya yang rinci juga dibuat secara terpisah dengan fungsi intelijen pemasaran. Kemudian setelah proses optimasi, keputusan harga penawaran dibuat dengan kemampuan dan keadaan pasar.

2.4. Penawaran

2.4.1 Pengertian

Menurut Nugraha dkk (1986) penawaran adalah suatu usulan oleh satu pihak untuk mengerjakan sesuatu bagi kepentingan pihak yang lain menurut persyaratan yang telah ditentukan dan disepakati bersama.

2.4.2 Metode Penyampaian Dokumen Penawaran

Berdasarkan Perpres No. 54/2010, dalam pemilihan penyedia barang atau jasa konstruksi, dapat dipilih metode penyampaian dokumen penawaran antara lain sebagai berikut (Ervianto, 2005):

a. Metode satu sampul

Metode satu sampul digunakan untuk pengadaan barang/jasa yang sederhana dan memiliki karakteristik standar harga telah ditetapkan pemerintah, kerangka acuan kegiatan yang sederhana, serta spesifikasi teknis atau volumenya dapat dinyatakan secara jelas dalam dokumen pengadaan. Metode satu sampul digunakan dalam penunjukan langsung/pengadaan langsung/kontes/sayembara.

b. Metode dua sampul

Digunakan untuk pengadaan barang/jasa yang menggunakan evaluasi sistem nilai atau sistem biaya selama umur ekonomis, memiliki karakteristik yang dibutuhkan penilaian yang terpisah antara persyaratan teknis dengan harga penawaran, agar penilaian harga tidak mempengaruhi penilaian teknis atau pekerjaan bersifat kompleks sehingga diperlukan evaluasi teknis yang lebih mendalam.

c. Metode dua tahap digunakan untuk pengadaan barang/jasa pekerjaan konstruksi/jasa lainnya yang memiliki karakteristik pekerjaan bersifat kompleks, memenuhi kriteria kinerja tertentu dari keseluruhan sistem, termasuk pertimbangan kemudahan atau efisiensi pengoperasian dan

pemeliharaan peralatannya, dan/atau mempunyai beberapa alternatif penggunaan sistem dan desain penerapan teknologi yang berbeda.

2.5. Strategi Penawaran

Strategi penawaran merupakan cara atau formula yang berupaya untuk menentukan nilai *mark up* yang dapat memberikan peluang untuk menang. Strategi penawaran juga merupakan suatu penggunaan kaedah statistik untuk membentuk model yang dapat menganalisis semua kriteria – kriteria dan perlakuan pesaing semasa menender. Model tersebut kemudian digunakan sebagai acuan dalam menentukan harga penawaran (Sidhi, 2011).