

## ABSTRAK

Strategi penawaran adalah langkah awal dari pelaksanaan proyek dalam siklus proyek konstruksi. Kinerja proyek merupakan tolok ukur dalam menilai keberhasilan sebuah proyek. Sedangkan kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh dari perusahaan selama periode waktu tertentu, yang merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penawaran, menganalisis hubungan antara strategi penawaran terhadap kinerja proyek dan kinerja perusahaan, serta melakukan simulasi model pengaruh strategi penawaran terhadap kinerja proyek dan kinerja perusahaan, konstruksi (SP-K).

Penelitian ini menggunakan metode survei dan studi kasus melalui kuesioner dan wawancara. Survei dilakukan terhadap 61 kontraktor besar, di empat kota besar di Indonesia dan studi kasus dilakukan pada salah satu kontraktor besar di Denpasar. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Analisis Multivariate dengan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* dan Analisis Sistem Dinamis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam model SP-K terdapat tiga hubungan antar variabel yakni strategi penawaran berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja proyek, kinerja proyek berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, serta kinerja proyek merupakan variabel mediasi dari hubungan antara strategi penawaran terhadap kinerja perusahaan, sehingga disebut mediasi penuh (*perfect mediation*). Di dalam variabel strategi penawaran terdapat beberapa dimensi yang paling berpengaruh berturut-turut adalah situasi ekonomi, situasi kompetisi, kontrak, karakteristik perusahaan, pengalaman perusahaan, karakteristik klien, karakteristik proyek, benefit, pembiayaan proyek dan situasi penawaran. Dalam kinerja proyek aspek waktu, aspek produktivitas, aspek biaya, aspek kualitas, aspek keselamatan dan kesehatan kerja serta aspek lingkungan merupakan dimensi yang paling berpengaruh secara berturut-turut. Sedangkan dalam kinerja perusahaan aspek finansial merupakan dimensi yang paling menentukan, diikuti oleh aspek proses bisnis internal, aspek lingkungan, aspek kepuasan pelanggan serta aspek pembelajaran dan pengembangan. Simulasi model menunjukkan bahwa peningkatan strategi penawaran rata-rata sebesar 11,02%-20,86% dapat menghasilkan kinerja proyek rata-rata 10,55%-11,15%, dan kinerja perusahaan 8,24%-9,39% dari nilai penawaran. Sedangkan kesuksesan dari kinerja perusahaan dapat mempengaruhi aktivitas-aktivitas dalam strategi penawaran dan kinerja proyek seperti peningkatan nilai kontrak dan peningkatan keuntungan proyek. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya dilakukan pada kontraktor besar, serta hanya pada *traditional project delivery system*. Saran perlu melakukan penelitian lanjutan pada berbagai *project delivery system*.

Kata kunci: Strategi Penawaran, Kinerja Proyek, Kinerja Perusahaan, Proyek Konstruksi