BAB II

TINJAUAN UMUM BIRO PERENCANAAN

2.1.Pengertian Biro Konsultan

biro konsultan adalah badan usaha yang bekerja untuk memberikan jasa berupa:

- Perencanan
- Perancangan
- Pengawasan
- Penaksiran biaya

Biro konsultan akan mendapatkan imbalan jasa atau free yang besarnya telah ditentukan dan disetujui bersama antara pemberi tugas dan biro konsultan.

Dalam system organisasi biro konsultan mempunyai etika dalam perancangan, agar tidak semata-mata hanya mengejar keuntungan, melainkan juga dituntut suatu sikap dan moral yang kuat untuk menjaga agar mutu pelayanan jasa tersebut mempunyai nilai pengabdian yang tinggi bagi sesame manusia, sehingga tidak digunakan demi keuntungan pribadi, melainkan juga bersifat pengabdian yaitu memberikan jasanya untuk kepentingan pemberi tugas dan penghematan dalam sector biaya.

2.2.Wewenang, Peranan ,fungsi dan Tanggung Jawab Biro Konsultan

setelah biro konsultan ditunjuk oleh pihak pemberi tugas untuk melaksanakan perencanaan, kemudian dibuat suatu perjanjian antara pemberi tugas dengan biro konsultan (kontrak).

Dari kontrak ini, biro konsultan berfungsi sebagai perencaan dan perancangan proyek telah dimulai. Setiap tanggung jawab akan gugur dalam waktu tiga tahun setelah tanggal pembayaran honorarium terakhir (menurut Pekerjaan). Pemberi tugas tidak meminta secara tertulis

pertanggung jawabannya. Lingkup tanggung jawab ini sesuai dengan perjanjian-perjanjian yang telah diadakan dengan pihak pemberi tugas (dapat berupa badan usaha atau badan pemerintahan).

Fungsi dari Biro Konsultan (Advertising) adalah:

- **Memberikan Informasi**
  Dengan adanya biro konsultan/advertising maka masyarakat jadi mengetahui keberadaan produk yang dihasilkan suatu perusahaan, baik itu berupa harganya, keunggulan serta kualitas yang dipunyainya.

- **Membujuk atau mempengaruhi**
  Dengan adanya advertising maka diharapkan konsumen akan terpengaruh untuk membeli dan mempergunakan produk yang ditampilkan.

- **Menciptakan kesan**
  Dengan adanya advertising diharapkan dapat menjadi suatu pembeda yang nantinya bias menimbulkan kesan yang dapat membuat konsumen tertarik membeli produk yang ditampilakan.

- **Memuaskan keinginan**
  Dengan adanya advertising diharapkan suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan atau diinginkan.

- **Merupakan alat komunikasi**
  Dengan adanya advertising diharapkan konsumen mengetahui adanya suatu produk.

2.3.Definisi Proyek

secara umum proyek dapat diartikan sebagai suatu kegiatan sementara yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu, dengan alokasi sumber daya dari pemberi tugas dan dimaksudkan untuk melaksanakan tugas yang telah ditetapkan.

Cirri-ciri pokok proyek adalah sebagaia berikut:

- Memiliki tujuan yang khusus, produk akhir atau hasil kerja akhir
- Telah ditentukan jumlah biaya dan jadwal didalam proses mencapai tujuan diatas
- Bersifat sementara, berarti umumnya dibatasi oleh selesai tugas proyek
- Tidak terus menerus. Proyek yang satu dengan yang lainmemiliki perbedaan.

2.4.Beberapa Cara Mendapatkan Proyek

Suatu biro memiliki beberapa cara untuk mendapatkan proyek, yaitu:

1. Cara Penunjuk

   Dalam cara ini biro mendapatkan kepercayaan dari pemberi tugas didasari suatu kredibilitas suatu biro untuk melaksanakan perencanaan. Kredibilitas suatu biro tergantung dari lamanya biro tersebut berdiri dan terdaftar dalam suatu Lembaga Ikatan Nasional Konsultan Indonesia dan telah mempunyai referensi dalam bidang desain.

   Penunjukan ini dapat dilakukan dengan cara:

   - ❖ Penunjukan Langsung

     Perencana ditunjuk langsung berdasarkan kepercayaan penuh dari pemberi tugas kepada biro konsultan, biasanya untuk desain milik sendiri (swasta).

❖ Penunjuk berdasarkan usaha teknis

Pemberi tugas menyusun (term of reference) kerangka acuan proyek, kemudian mengirimkannya kepada konsultan-konsultan yang disarankan mampu menangani proyek yang bersangkutan. TOR ini kemudian dipelajari oleh konsultan-konsultan tersebut untuk kemudian dijadikan dasar menyusun usulan teknis dan usulan biaya yang akan diajukan kembali kepada pemberi tugas, hal-hal lain yang biasa dimasukan kedalam usulan teknis biro konsultan adalah:

- Personil perusahaan lengkap dengan Curriculum Vitae
- Pengalaman-pengalaman dan keahlian yang pernah dilakukan perusahaan
- Cara pengelolaan atau system manajering perusahaan
- Usulan teknis perencanaan serta usulan biaya dari proyek yang bersangkutan

Selanjutnya beberapa usulan teknis dan usulan biaya dinilai dan diseleksi, kemudian ditunjuk biro konsultan yang memenuhi syarat. Pemberi tugas kemudian dibantu perusahaan terpilih untuk mengadakan penelitian dan pengambilan keputusan tersebut.

2. Cara Mengajukan Usulan Proyek

   Dalam *Feasibility study* biro konsultan membicarakan suatu proyek, yang kemudian diajukan kepada calon pemberi tugas tersebut menyetujui hasil feasibility study yang dilakukan oleh konsultan, maka konsultan yang bersangkutan melaksanakan perencanaannya. Cara yang demikian ini diperlukan keberanian dari biro untuk menanggung resiko biaya yang dilakukan untuk feasibility study dan jia ternyata tidak disetujui oleh pemberi tugas.

3. Cara Sayembara

Cara ini adalah cara yang paling baik, dimana tiap-tiap biro konsultan akan berusaha semaksimal mungkin dalam perencanaannya supaya dapat memenangkannya. Pemenang dari cara ini akan ditunjuk langsung untuk melaksanakan perencanaannya secara lengkap. Cara ini akan lebih banyak memakan waktu dan biaya tetapi hasilnya pun akan lebih baik. Dokumen sayembara memuat ketentuan sebagai berikut:

- ❖ Hubungan, tugas, dan kewajiban peserta dan pemberi tugas
- ❖ Kedudukan, nama para anggota panitia, penilai atau dewan juri
- ❖ Data teknis untuk pekerjaan perencanaan

Ada dua cara pada system sayembara:

Tertutup : diikuti oleh 5 – 10 biro yang dipilih sendiri oleh pemberi tugas berdasarkan kreteria tertentu. Pemberitahuan mengenai sayembara dikirim melalui ekspedisi langsung kepada biro-biro terpilih.

Terbuka : diikuti oleh semua biro yang telah memenuhi syarat yang ditentukan. Jumlah peserta tidak dibatasi, dan pemberitahuannya melalui media massa.

2.5.Sistematika Proyek

1. Penetapan tujuan dan fungsi proyek secara obyektif
2. Perencanaan strategis

A. Meliputi perencanaan dan pengambilan keputusan penting yang berpengaruh besar didalam penyelenggaraan proyek

B. Perencanaan yang disiapkan oleh corporate planner pemilik proyek, dengan penunjuk pimpinan perusahaan

C. Perencanaan yang dikembangkan pada tahap konseptual, pemasaran, pendanaan dan lain-lain

3. Perencanaan lingkup pekerja yaitu:

Menentukan kelangsungan atau pembatalan kegiatan proyek pada tahap berikutnya, setelah mempelajari hasil-hasil study kelayakan.

A. Meletakkan dasar-dasar filosofi desain
B. Menentukan bobot sasaran proyek
C. Membuat anggaran dan jadwal
D. Menentukan personil pelaksanaan implementasi proyek
E. Memilih macam kontrak

BEBERAPA CARA MENDAPATKAN PROYEK

1. **Promosi :**
   - Direct Mail, memperkenalkan perusahaan secara pribadi dengan pengiriman company Profile melalui jasa kurir/pos kepada contact person perusahaan yang dituju.
   - Promosi Outdoor
     - Pemasangan spanduk dan baliho ditempatkan-tempat strategis
     - Penyebaran flyers atau brosur ditempat umum dengan frekuensi penyebaran secara continue
     - Pemasangan iklan dimedia cetak (Koran) dan media elektronik (radio).

2. **Relasi :**

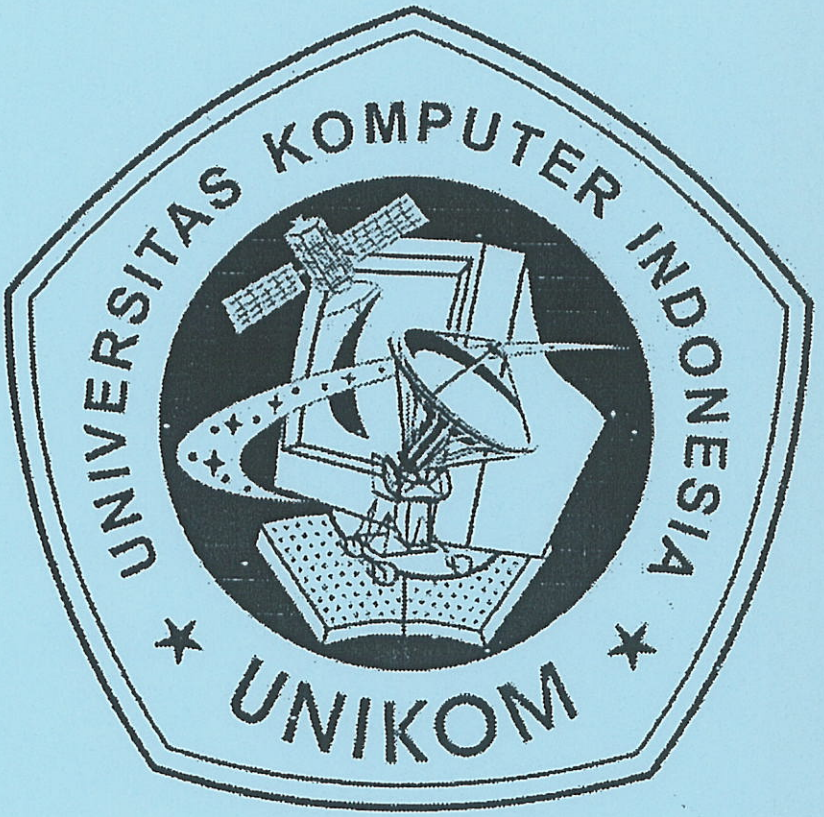
   Promosi langsung yang dilakukan oleh marketing berdasarkan atas hubungan pertemanan atau saudara yang bekerja disebuah perusahaan sasaran.

3. **Direct Selling :**

   Mengajukan penawaran produk jadi (desain Kalender, kartu ucapan,dll) secara langsung kepada perusahaan yang dituju. Dimana spesifikasi secara langsung kepada perusahaan yang dituju.

4. **Marketing Lepas :**

   Melakukan pemasaran melalui beberapa tenaga lepas waktu (part time).


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM