



TUV Rheinland  
CERT  
ISO 9001



# IABE

Jurnal  
**Akuntansi**  
Bisnis & Ekonomi

**Benny Prawiranegara, Dendya Syaiful Akbar, Mujaddid Faruk**  
PEPENERAPAN SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN MODERN (SAPM)  
DALAM MENINGKATKAN INFORMASI PIUTANG PAJAK

**Aldilla Iradiany, Nadiyah Padmi Hartanti, Muhammad Azhari**  
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN INDUSTRI PERBANKAN INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN  
INCOME STATEMENT APPROACH AND VALUE ADDED APPROACH

**Amilatussarifah, Farida Titik Kristanti, Dewa Putra Krishna Mahardika**  
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN DIVIDEND PAYOUT RATIO  
TERHADAP PRAKTIK PERATAAN LABA

**Ignatius Oki Dewa Brata, John Henry Wijaya, Ivan Gumilar Sambas Putra**  
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP RETURN SAHAM

**Ira Novianty**  
PENGARUH ETIKA PENGGUNA TERHADAP KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI MANAJEMEN

**Linda Wulandani, Erly Sherlita**  
THE INFLUENCE OF ECONOMIC VALUE ADDED (EVA), MARKET VALUE ADDED (MVA),  
RETURN ON INVESTMENT (ROI) AND STOCK LIQUIDITY TO STOCK RETURN

**Maudita Anggraini, Dudi Pratomo, Kurnia**  
PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP TAX AVOIDANCE

**Sela Ardianasari, Candra Wijayangka**  
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA SAHAM SEBELUM DAN SESUDAH PENGUMUMAN TAX AMNESTY

**Titin Kartini**  
ANALISIS KINERJA PORTOFOLIO SAHAM DENGAN INDEKS SHARPE, JENSEN DAN TREYNOR  
PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR ROKOK PERIODE 2015

**Verani Hartati**  
DESAIN MODEL SUPPLY CONTRACT BERBASIS SYARIAH PADA RANTAI PASOKAN PRODUK FESYEN MUSLIM HASIL IKM



**PENANGGUNG JAWAB :**

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama  
Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama

**DEWAN REDAKSI :**

Dr. Acep Edison, S.E., M.M., Ak., CA (Ketua)  
Sendi Gusnandar Arnan, S.E., M.M., Ak. (Wakil Ketua)  
H.M. Alan Jayaatmaja, S.E., M.M., Ak., CA (Sekretaris)  
Dr. Silviana., S.E., M.Si., Ak., CA.(Anggota)  
Yogo Heru Prayitno, S.E., M.Si (Anggota)  
Dyah Purnamasari, S.E., M.,Si., Ak., CA (Anggota)  
Khairul Saleh, S.E., M.Sc. (Anggota)  
Arus Reka Prasetya., S.E., M.M., M.B.A (Publikasi dan Dokumentasi)  
Retno Paryati, S.E., Ak. (Publikasi dan Dokumentasi)  
Yoga Tantular Rachman., S.E., M.Si.(Produksi dan Sirkulasi)  
Inner Light Creative(Produksi dan Sirkulasi)

**Reviewer :**

Prof. Dr. H. Karhi Nisjar Sjardjudin, S.E., M.M., Ak., CA  
Prof. Dr. Hiro Tugiman, S.E., Ak., QIA  
Dr. H. Islahuzzaman, S.E., M.Si., Ak., CA  
Dr. H. Nuryaman, S.E., M.Si., Ak., CA  
Dr. R. Wedi Rusmawan Kusumah, S.E., M.Si., Ak., CA  
Dr. Diana Sari, S.E., M.Si., Ak., QIA, CA  
Dr. Veronica Christina, S.E., M.Si., Ak., CA  
Dr. Acep Edison, S.E., M.M., Ak., CA  
Dr. Hanifah, S.E., M.Si., Ak., CA  
Dr. Makhdalena, S.E., M.Si, Ak.  
Dr. La Ode Hasiara  
Dr. Erwin Antoni, SE., Ak., ST.,MT., M.Si  
Dr. Surti Kanti, S.E. M.Si., Ak.

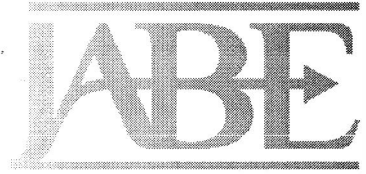
**Alamat Redaksi :**

Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi  
Universitas Widyatama  
JL Cikutra 204 A Bandung 40125  
Telp. (022)7275855 Fax. (022)7201711

---

DAFTAR ISI

Pengantar Redaksi	i
Daftar Isi	li
Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern (SAPM) dalam Meningkatkan Informasi Piutang Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Kabupaten Ciamis) Oleh : Benny Prawiranegara, Dendy Syaiful Akbar, Mujaddid Faruk	729 – 736
Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Industri Perbankan Indonesia Dengan Menggunakan <i>Income Statement Approach and Value Added Approach</i> Oleh : Aldilla Irdianty, Nadiah Padmi Hartanti, Muhammad Azhari	737 – 746
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan <i>Dividend Payout Ratio</i> Terhadap Praktik Perataan Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014) Oleh : Amilatussarifah, Farida Titik Kristanti, Dewa Putra Krishna Mahardika	747 – 758
Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Return Saham (Studi pada Kelompok Perusahaan Manufaktur Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) Oleh : Ignatius Oki Dewa Brata, John Henry Wijaya, Ivan Gumilar Sambas Putra.	759 – 770
Pengaruh Etika Pengguna Terhadap Kualitas Sitem Informasi Akuntansi Manajemen (Survey Pada Seluruh Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Bandung) Oleh : Ira Novianty	771 – 784
<i>The Influence Of Economic Value Added (Eva), Market Value Added (Mva), Return On Investment (Roi) And Stock Liquidity To Stock Return (Empirical study on Property and Real Estate Companies Listed on Indonesia Stock Exchange Period 2011-2014)</i> Oleh : Linda Wulandani, Erly Sherlita	785 – 802
Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i> (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014) Oleh : Maudita Anggraini, Dudi Pratomo, Kurnia	803 – 814
Analisis Perbandingan Kinerja Saham Sebelum Dan Sesudah Pengumuman <i>Tax Amnesty</i> (Studi Pada Saham Sektoral di Bursa Efek Indonesia) Oleh : Sela Ardianasari, Candra Wijayangka.	815 – 824
Analisis Kinerja Potofolio Saham Dengan Dengan Indeks Sharpe, Jensen Dan Treynor Pada Perusahaan Subsektor Rokok Periode 2015 Oleh : Titin Kartini	825 – 830
Desain Model <i>Supply Contract</i> Berbasis Syariah Pada Rantai Pasokan Produk Fesyen Muslim Hasil IKM Oleh : Verani Hartati	831 – 846



---

## Pengantar Redaksi

***Pembaca yang Budiman,***

Jurnal Akuntansi Bisnis & Ekonomi Edisi kali ini memuat tulisan tentang Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern (SAPM) dalam Meningkatkan Informasi Piutang Pajak, Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Industri Perbankan Indonesia Dengan Menggunakan *Income Statement Approach and Value Added Approach*, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Dan *Dividend Payout Ratio* Terhadap Praktik Perataan Laba, Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Return Saham, Pengaruh Etika Pengguna Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen,

Kemudian tulisan tentang *The Influence Of Economic Value Added (Eva), Market Value Added (Mva), Return On Investment (Roi) And Stock Liquidity To Stock Return*, Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap *Tax Avoidance*, Analisis Perbandingan Kinerja Saham Sebelum Dan Sesudah Pengumuman *Tax Amnesty*, Analisis Kinerja Potofolio Saham Dengan Dengan Indeks Sharpe, Jensen Dan Treynor Pada Perusahaan Subsektor Rokok Periode 2015, Desain Model *Supply Contract* Berbasis Syariah Pada Rantai Pasokan Produk Fesyen Muslim Hasil IKM.

Semoga Tulisan-tulisan ini dapat bermanfaat untuk kemajuan Akuntansi.

Selamat membaca dan Semoga sukses.

**Redaksi**

## DESAIN MODEL *SUPPLY CONTRACT* BERBASIS SYARIAH PADA RANTAI PASOKAN PRODUK FESYEN MUSLIM HASIL IKM

Verani Hartati<sup>1,2)</sup>

Email : [verani.hartati@widyatama.ac.id](mailto:verani.hartati@widyatama.ac.id)

<sup>1)</sup> Teknik Industri, Fakultas Teknik – Universitas Widyatama

<sup>2)</sup> *Logistics and Supply Chain Center* – Universitas Widyatama

### Abstract

*Toughness Islamic economic ideas during the monetary crisis hit Indonesia, attracted many people to understand more deeply the concept of Islamic economic, to organize various concepts in the systematics of modern economics. This study analyzes the application of the supply contract, especially revenue sharing contract is based on the concept of Islamic economics (sharia). The study aims to find out the real picture of the supply chain of fashion products, especially the Muslim fashion, which is produced by SMEs. Then design model of revenue sharing contract based on sharia, in the SME production Muslim fashion, as an effort to improve productivity of SMEs and distributors. The data collection method used was observation and in depth interviews on SMEs and distributors. Data processing using the model of revenue sharing contract combined with concept of buying-selling and cooperation based on sharia. In the model of revenue sharing contract, SMEs will set a minimum selling price to distributors for each unit purchased, but the distributor must share some profit for each unit sold. While the partnership sharia, is business collaboration that occurs when two or more people, voluntarily, to share profits and risks in the absence of the element of riba, gharar, and maysir. By applying the revenue sharing contract, the results showed that an increase in profits of SMEs as well as distributors. Thus, supply chain revenue of Moslem fashion increased 2% of the initial contract supply mechanism. In addition, cooperation between members of the supply chain of Moslem fashion can run better and sharia-compliant.*

**Keywords:** *Revenue sharing contract, sharia, Moslem fashion.*

### 1. PENDAHULUAN

Ekonomi syariah adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam. Ekonomi dalam kaca mata Islam merupakan tuntunan kehidupan sekaligus anjuran yang bernilai ibadah yang terapkan dalam etika dan moral. Ekonomi dalam Islam menjanjikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, memberikan rasa adil, kebersamaan dan kekeluargaan serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha. Selain itu, ekonomi syariah menekankan empat sifat, yaitu, kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*), (Alwi dalam Hendri, 2013).

Sejalan dengan meningkatnya pemahaman masyarakat akan nilai-nilai Islam, industri fesyen muslim naik secara signifikan. Menurut Dirjen Industri Kecil

Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah, terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab. Hal ini selaras dengan perkembangan industri fesyen muslim sebesar 7% setiap tahun. Industri fesyen di Indonesia diramaikan oleh industri kecil dan menengah. Dari 750 ribu IKM yang ada di Indonesia, 30% merupakan industri fesyen muslim. (Kemenperin, 2015)

IKM mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dari segi kuantitas, tercatat 99,97% total usaha di Indonesia ternyata merupakan sektor ekonomi rakyat atau IKM, dan menjadi sangat strategis karena mampu menyerap 99,5% tenaga kerja di Indonesia (Ririh & Amalia, 2011).

Pada aktivitas rantai pasokan fesyen muslim, diperlukan adanya mekanisme koordinasi antara produsen, distributor dan *retailer* (pengeser) untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Supply contract* merupakan mekanisme koordinasi yang dapat memberikan keuntungan pada keputusan semua pihak di rantai pasokan proses pemesanan, keuntungan tersebut, dapat berupa berbagi pendapatan maupun resiko. *Revenue sharing* merupakan salah satu jenis kontrak dimana pada prinsipnya pembeli meminta pemasok untuk menetapkan harga jual, sehingga pembeli dapat meningkatkan keuntungannya. Pada mekanisme *revenue sharing* ini transaksi antara pemasok dan pembeli diatur oleh penerimaan *sharing* pemasok yang diterima dari pendapatan (*revenue*) pembeli.

Penelitian ini akan mengembangkan model *revenue sharing contract* pada rantai pasokan produk fesyen muslim yang dihasilkan oleh IKM. Dengan model ini akan ditentukan parameter kontrak yang dapat memberikan peningkatan keuntungan baik bagi IKM maupun distributornya. Penelitian ini juga menganalisis mekanisme koordinasi dan kerjasama yang telah disepakati dengan *supply contract* dengan dasar kerjasama dan jual beli berbasis ekonomi Islam.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian adalah mendesain model *supply contract* berbasis syariah pada rantai pasokan produk fesyen muslim hasil IKM.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka pada penelitian ini meliputi usaha kecil dan menengah (IKM), kerjasama dan jual beli berbasis syariah, dan konsep *supply contract*, *revenue sharing contract*, serta studi pendahuluan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 2.1 Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil dan Menengah (IKM) merupakan unsur utama pembangunan ekonomi bangsa yang saat ini menjadi prioritas untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan IKM merupakan sistem ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangan IKM mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional dan sejalan dengan fakta yang menunjukkan bahwa IKM memiliki kemampuan untuk

menciptakan lapangan kerja dengan biaya minimum, pelopor dalam dunia inovasi dan memiliki fleksibilitas tinggi yang memungkinkan usaha tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Munizu, 2010).

IKM didefinisikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai perusahaan dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 karyawan. Perusahaan dengan kurang dari 5 karyawan disebut *home industry*. IKM berdasarkan sifat jiwa *entrepreneurship* (kewirausahaan) dapat dibagi menjadi empat bagian, yakni:

- a. *Livelihood Activities*, jenis IKM yang bertujuan mencari kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Para pelaku dikelompokkan ini tidak memiliki jiwa *entrepreneurship*. Di Indonesia jumlah IKM kategori ini adalah yang terbesar.
- b. *Micro enterprise*, IKM ini lebih bersifat "artisan" (pengrajin) dan tidak bersifat *entrepreneurship* (kewirausahaan). Jumlah IKM ini di Indonesia juga relatif besar.
- c. *Small Dynamic Enterprises*, IKM ini yang sering memiliki jiwa *entrepreneurship*. Banyak pengusaha skala menengah dan besar berasal dari kategori ini. Kelompok IKM ini sudah bisa menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprises*, IKM ini memiliki jiwa *entrepreneurship* yang sejati. Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari IKM kategori satu dan dua (Partomo, 2004).

Menurut Pasaribu (2005), untuk menjamin keberlangsungan hidup IKM, maka pelaku IKM perlu memiliki empat kemampuan yang seimbang, yaitu kompetensi dalam bidang rancang bangun (*know-how*) sesuai dengan usaha yang akan dipilih, kompetensi dalam hal pemasaran, kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan penghitungan laba/rugi, dan kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar-perusahaan.

## 2.2 Kerjasama dan jual beli berbasis Syariah

Dalam hukum Islam syirkah bermakna kerja sama antara dua orang atau lebih di dalam bisnis atau dalam kekayaan. Berbisnis secara kerja sama telah dinyatakan sah dan legal oleh Islam, asalkan tidak ada unsur riba, *gharar* (samar/tidak pasti) dan *maysir* atau judi (Chaudhry, 2012).

Ada dua jenis *syirkah* yaitu *syirkah milk* dan *syirkah abid*. *Syirkah milk* atau kerja sama menurut hak milik terjadi jika dua atau lebih orang memiliki satu barang. *Syirkah abid* atau *partnership* berdasarkan kontrak, terjadi jika dua atau lebih orang, dengan sukarela, melakukan kontrak untuk berbisnis dengan berbagi laba maupun rugi. Itu dilakukan dengan penawaran (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*).

Para fukaha telah merumuskan syarat-syarat yang harus dipenuhi agar kerjasama menjadi sah. Pertama, semua pihak harus memasuki kontrak secara sukarela. Kedua, kontrak kerja sama baru sah jika modal yang disetor adalah dalam bentuk uang yang sah. Ketiga, fukaha seperti Imam Sarikhshi menetapkan bahwa kontrak kerjasama haruslah dibuat tertulis. Keempat, jumlah modal yang disetor oleh masing-masing partner harus dengan jelas dinyatakan. Kelima, bagian laba maupun rugi yang akan diterima oleh masing-masing partner harus pula disebutkan atau ditetapkan dengan jelas.

Dalam Islam kerelaan atau keridaan merupakan dasar pelaksanaan suatu akad. Dijelaskannya bahwa Imam Syafi'i menyatakan pada dasarnya, jual beli diperbolehkan ketika dilakukan dengan adanya kerelaan atau keridhaan kedua belah pihak atas transaksi yang dilakukan, dan sepanjang tidak bertentangan dengan apa yang dilarang syari'at. Beberapa jenis jual beli yang dilarang oleh syari'at adalah jual beli barang yang belum diterima, jual beli seorang muslim dari muslim lainnya, jual beli *najasy*, jual beli barang-barang haram dan najis, jual beli *gharar*, jual beli dua barang dalam satu akad, jual beli urban, menjual sesuatu yang tidak ada pada penjual, jual beli utang dengan utang, jual beli orang kota untuk orang desa, pembeli barang dari penjualnya di luar daerah, jual beli *musharrah*, jual beli pada *azan* kedua hari jumat, jual beli *muzabanah* dan *muhaqalah*, jual beli pengecualian, dan jual beli buah-buahan (Nawawi, 2013).

Sementara itu dalam praktik akad dalam jual beli (*al-ba'i*) menyangkut bentuk murabahah, salam dan istishna. Dan sistem jual beli dapat dibedakan dengan kas (*naqdain*) dengan sistem ditangguhkan (*mu'ajjal*) dan dengan sistem kredit (*taqshid*).

- a. Murabahah merupakan salah satu bentuk akad jual beli di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok dan biaya yang dikeluarkan dan tambahan profit yang diinginkan yang tercermin dalam harga jual.
- b. Salam adalah bentuk akad jual beli sistem pesanan (*ba'i assalam*) transaksi jual beli barang pesanan diantara pembeli (*mussalam*) dengan penjual (*musalam ilaih*). Spesifikasi dan harga pesanan harus sudah disepakati di awal transaksi dengan pembayaran dilakukan di muka secara penuh, sementara penerimaan barangnya ditangguhkan.
- c. Istishna, adalah akad bersama produsen untuk suatu pekerjaan tertentu dalam tanggungan atau jual beli suatu barang yang akan dibuat oleh produsen yang juga menyediakan bahan bakunya. Sedangkan jika barang bakunya dari pemesan, maka transaksi itu akan menjadi akad *ijarah* (sewa) pemesan hanya menyewa jasa produsen untuk membuat barang dan pembayarannya dicicil (Nawawi, 2013).

Opsi dalam jual beli, kewenangan untuk menahan atau menerima di dalam perdagangan disebut opsi yang disebut dengan *khiyar*. Seorang pembeli memiliki hak *khiyar* dan boleh menolak barang yang dibelinya jika tidak sesuai dengan kontrak. Seorang penjual tidak memiliki hak *khiyar* untuk memeriksa sesudah terjadi penjualan. Hak *khiyar* secara hukum boleh diminta oleh pihak yang mana pun asal tidak melebihi tiga hari atau sesuai kesepakatan.

Dalam distribusi selektif produsen menjual produknya melalui grosir dan atau pengecer di pasar yang dapat dijangkau oleh konsumen yang mencarinya. Konflik saluran distribusi sering terjadi ketika satu anggota saluran mengetahui anggota saluran lain yang bertindak dengan cara menghalanginya untuk mencapai sasaran distribusi. Dalam aturan Islam, ketika ada konflik dalam pendistribusian barang, maka diselesaikan oleh pemilik barang dalam hal ini misalnya adalah produsen (Nawawi, 2013).

### 2.3 Supply Contract

*Supply contract* merupakan mekanisme koordinasi yang memberikan keuntungan pada keputusan semua pihak di rantai pasokan proses pemesanan.

Keuntungan tersebut dapat berupa berbagi pendapatan maupun resiko (Nalla, dkk, 2005). Kontrak merujuk pada masalah yang dibentuk antara pembeli dan pemasok. Beberapa hal yang biasanya akan disepakati oleh kedua belah pihak adalah harga beli dan besarnya potongan harga (*discount*), minimum maupun maksimum jumlah pembelian, *leadtime* pengiriman, kualitas material atau produk, dan kebijakan pengembalian produk (Simchi-Levi, et. al., 2003)

*Supply contract* tidak hanya digunakan untuk menentukan kepastian pasokan, kontrak juga digunakan sebagai alat atau media untuk melakukan penurunan ongkos yang berhubungan dengan pengadaan material seperti ongkos pembelian per unit, ongkos transportasi, ongkos persediaan dan ongkos administrasi (Stock & Lambert, 2001).

Kontrak seringkali dihubungkan dengan *stockless purchasing* (pembelian dengan minimum persediaan), yang menunjukkan bahwa perusahaan berharap semua material yang dibeli dapat digunakan untuk proses produksi tanpa menyisakan *stock*/persediaan.

Menurut Monczka, dkk (2005), tujuan dari kontrak dan *stockless purchasing* adalah:

- Menurunkan tingkat persediaan
- Menurunkan jumlah pemasok
- Menurunkan biaya administrasi dan penggunaan kertas (*paperwork*)
- Menurunkan jumlah pembelian dengan nilai uang yang kecil dan kebutuhan yang sedikit, dengan demikian akan meningkatkan jumlah waktu yang dapat digunakan untuk aktivitas lain.
- Menyediakan kesempatan yang lebih luas kepada pemasok untuk meningkatkan nilai bisnisnya.
- Menyediakan pengiriman material langsung ke pengguna yang cepat dan tepat.
- Memungkinkan melakukan standarisasi pembelian produk.

Pemahaman terhadap aspek legal pada transaksi bisnis dan pengembangan kemampuan untuk mengelola kontrak maupun kesepakatan, merupakan hal yang penting dalam pengelolaan aktivitas pengadaan. Ketika kontrak telah dinegosiasikan dan ditandatangani, maka pekerjaan baru dimulai. Manajer pengadaan bertanggung jawab untuk menjamin bahwa semua aturan dan kondisi yang telah disepakati telah terpenuhi. Selain itu, kontrak menjadi bagian penting dalam mengelola hubungan (*relationship*) antara pembeli dan pemasok (Monczka, dkk, 2005).

Kontrak merujuk pada masalah yang dibentuk antara pembeli dan pemasok, baik pembeli itu adalah manufaktur yang membeli bahan baku dari pemasoknya, maupun *retailer* membeli barang jadi dari manufaktur. Dalam *supply contract*, pembeli dan penjual sepakat atas:

- Harga beli dan besarnya potongan harga (diskon)
- Minimum maupun maksimum jumlah pembelian
- *Leadtime* penghantaran (*delivery*)
- Kualitas material atau produk
- Kebijakan pengembalian produk

Seperti yang kita lihat *supply contract* merupakan alat yang sangat tangguh yang dapat digunakan lebih dari untuk menentukan pasokan yang pasti.

Pada umumnya, jenis *supply contract* terdiri atas dua kelompok besar, yaitu *ordering-quantity contract* dan *pricing contract*. Yang termasuk kedalam *ordering quantity contract* adalah *flexibility contract* dan *backup agreements*. Sementara yang termasuk ke dalam *pricing contract* adalah *quantity discount*, *buy back*, dan *revenue sharing* (Li & He, 2006).

**2.4 Revenue Sharing Contract**

*Revenue sharing* merupakan salah satu jenis kontrak dimana pembeli meminta pemasok untuk menurunkan total harga, sehingga pembeli dapat meningkatkan keuntungannya. Tentu pemasok akan berkurang profitnya, namun pembeli akan membeli lebih banyak lagi. Pada jenis kontrak ini pembeli berbagi sebagian profitnya dengan penjual, sebagai akibat dari diskon yang diterima pembeli dari penjual (Simchi-Levi, dkk, 2003). Pada mekanisme *revenue sharing* ini transaksi antara pemasok dan pembeli diatur oleh penerimaan *sharing* pemasok yang diterima dari pendapatan (*revenue*) pembeli. Mekanisme *profit sharing* dapat diidentifikasi dengan dua parameter harga distributor dan persentase keuntungan pembeli berupa fraksi *f* yang akan diberikan ke pemasok. *Revenue sharing contract* sesuai diaplikasikan pada rantai pasokan yang memiliki *multiple competing retailers*. Cachon dan Lariviere (2000), mempelajari *revenue sharing contract* dan dampaknya pada performansi *supply chain*.

Dengan model *revenue sharing contract* maka IKM sebagai produsen yang memproduksi dengan biaya *v* per unit dan menjualnya dengan harga rendah yaitu *c* kepada *retailer*. Distributor kemudian menjualnya dengan harga *p* dan akan membagi keuntungannya kepada IKM dengan fraksi *f* untuk masing-masing unit yang telah terjual. Jika ada barang yang tersisa di distributor maka masih memiliki nilai sebesar *Sr*. Distributor menentukan ukuran pesannya berdasarkan pada *service level* yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan biaya *overstock Co* dan biaya *understock Cu*. (Chopra & Meindl, 2001).

Menurut Nurwidiana (2012), tahapan penyelesaian model *revenue sharing contract* adalah sebagai berikut.

- a. Penentuan Customers Service Level

$$CSL = \frac{Cu}{Cu + Co} \dots\dots\dots(1)$$

dimana  $Cu = (1-f)p - c$  dan  $Co = c - Sr$

- b. Berdasarkan nilai CSL tersebut, jika diketahuingkat permintaan rata-rata sebesar  $\mu$  denganstandar deviasi  $\sigma$ , maka jumlah pesanan yangoptimal ditentukan dengan rumus:

$$Q^* = F^{-1}(CSL^*, \mu, \sigma) = \text{NORMINV}(CSL^*, \mu, \sigma) \dots\dots\dots(2)$$

- c. Dengan menetapkan ukuran pesan pada nilai  $Q^*$ , maka ekspektasi keuntungan di masing-masing pihak dapat dihitung sebagai berikut:

- Ekpektasi keuntungan pada produsen  
=  $(c-v) Q^* + fp$  ( $Q^*$ - ekspektasi *overstock* pada distributor)  $\dots\dots\dots(3)$

- Ekpektasi keuntungan pada distributor  
=  $(1-f) p (Q^* - \text{Ekspektasi } \textit{overstock} \text{ distributor}) + (SR \times \text{ekspektasi } \textit{overstock} \text{ distributor}) - c Q^* \dots\dots\dots(4)$

Di mana ekspektasi *overstock* (EOS) distributor adalah

$$EOS_R = (Q^* - \mu)F_S\left(\frac{Q^* - \mu}{\sigma}\right) + \sigma\left(\frac{Q^* - \mu}{\sigma}\right) \dots\dots\dots (5)$$

- Ekspektasi Keuntungan *Supply Chain*  
= Ekspektasi Keuntungan produsen + Ekspektasi keuntungan distributor.....(6)

**3. METODOLOGI**

Obyek penelitian yang digunakan adalah rantai pasokan produk busana muslim yang diproduksi IKM di wilayah Kabupaten Sidoarjo, karena Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang memiliki usaha kecil menengah terbanyak di Indonesia, tercatat pada tahun 2014 mencapai 171.264 unit usaha.

**3.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. *In Depth Interview*

*In depth interview* dilakukan dengan cara wawancara terstruktur dan wawancara tak terstruktur terhadap *key informant* yang telah ditetapkan sebelumnya. *Interview* dilakukan pada pelaku IKM selaku produsen busana muslim dan distributornya, untuk menghimpun informasi mengenai tingkat permintaan produk di distributor, harga beli produk ke IKM dan harga jual produk dari distributor ke konsumen akhir

b. Observasi

Observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi riil rantai pasokan produk busana muslim hasil produksi IKM. Observasi ini dilakukan untuk melengkapi data hasil *in depth interview*.

**3.2 Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode model *revenue sharing contract* dan model kerjasama serta konsep jual beli syariah.

a. Model *Revenue Sharing Contract*

Penggunaan Model *Supply Contract* yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu Identifikasi karakteristik kontrak yang diterapkan antara IKM produsen dengan distributornya. Meliputi tingkat permintaan produk di distributor, harga pokok produksi (HPP), harga jual produk ke distributor dan harga jual produk dari distributor ke konsumen akhir. Objek penelitian adalah IKM produsen busana muslim di wilayah Sidoarjo dan distributornya. Kemudian menghitung nilai keuntungan IKM produsen, distributor dan *supply chain* menggunakan mekanisme *supply contract* yang dilakukan sekarang (awal). Dilanjutkan dengan menentukan fraksi pembagian keuntungan antara produsen dan distributor yang optimal menggunakan model *revenue sharing contract*. Analisa perbandingan performansi model *supply contract* pada mekanisme awal dan menggunakan mekanisme usulan, berdasarkan nilai keuntungan. [Nurwidiana, 2012]

b. Model Kerjasama Syariah

Dengan parameter kontrak yang telah dihitung menggunakan model *revenue sharing contract*, model kerjasama dan jual beli syariah akan melengkapi

kontrak yang dikembangkan. Selain itu parameter-parameter lain yang bersifat kesepakatan juga dipertimbangkan antara lain adalah kebijakan pengembalian produk dan kebijakan *khiyar*.

### 3.3 Analisa Data

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode analisa perbandingan dengan kriteria performansi model berupa nilai keuntungan pada IKM (produsen), distributor dan rantai pasokan serta mekanisme kesepakatan.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

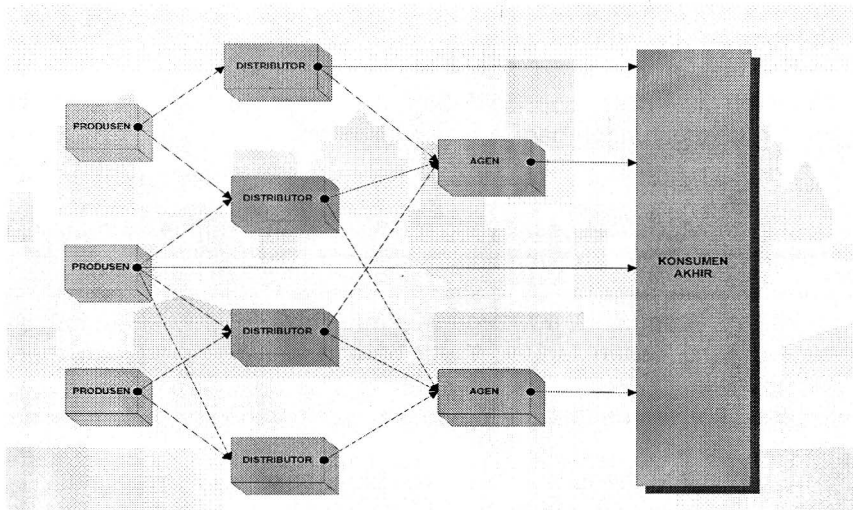
### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan melalui observasi pada beberapa IKM produsen busana muslim beserta distributor untuk masing-masing IKM, yang berada di sekitar wilayah Sidoarjo. Dengan instrumen kuesioner yang telah disusun, dilakukan *in depth interview* yang ditujukan kepada *key informant* dari setiap objek penelitian.

Hasil observasi memberikan informasi mengenai deskripsi sistem distribusi pada rantai pasokan busana muslim. Aliran distribusi busana muslim, sebagai salah satu produk hasil IKM Sidoarjo, digambarkan pada Gambar 1.

#### a. Anggota rantai pasokan:

- Produsen adalah IKM yang memproduksi busana muslim. Skala produsen yang diobservasi memiliki skala produksi yang berbeda-beda. Semakin besar jumlah produksinya, maka semakin banyak jumlah distributor dan agennya.
- Distributor adalah IKM yang mendistribusikan produk busana muslim. Sebagian besar distributor tidak hanya memasarkan produk dari satu produsen saja, melainkan dari beberapa produsen. Distributor dengan skala besar, memiliki beberapa agen dan sub agen untuk melakukan kegiatan distribusi barang.
- Agen adalah kepanjangan tangan dari distributor, yang dapat membeli produk ke distributor dalam jumlah yang lebih sedikit. Agen melakukan penjualannya langsung ke konsumen akhir.



Gambar 1. Aliran Distribusi Produk Busana Muslim

b. Bentuk Hubungan setiap anggota

- Produsen memproduksi barang dan menjualnya langsung ke konsumen atau melalui jalur distribusi yang terdiri dari distributor dan agen. Jika produsen menggunakan jalur distribusi, maka produsen menentukan jumlah dan lokasi distributor sesuai dengan strategi pemasaran yang mereka rancang. Harga jual pada konsumen akhir ditentukan oleh produsen. Distributor mendapat keuntungan melalui potongan harga beli (diskon).
- Distributor dapat menjual langsung barang ke konsumen akhir dengan harga jual yang sudah ditetapkan. Namun distributor pun dapat melakukan perluasan distribusi melalui agen dan sub agen, dengan memberikan pembagian keuntungan (*revenue sharing*) berupa diskon pembelian.

c. Indikator keberhasilan

Keberhasilan sistem pendistribusian barang yang dicermati pada penelitian ini adalah diukur melalui ekspektasi keuntungan rantai pasokan, minimnya tingkat pengembalian barang atau produk sisa (tidak terjual), dan tingkat kesyar'ian sistem kerjasama.

d. Identifikasi karakteristik supply contract

Karakteristik kontrak pasokan (*supply contract*) yang diterapkan antara IKM selaku produsen dengan distributornya, meskipun setiap IKM memiliki kebijakan yang berbeda, namun pada prinsipnya mereka memiliki karakteristik yang sama. Dari responden yang terdiri atas 3 IKM selaku produsen dan 6 IKM selaku distributor.

Diperoleh informasi sebagai berikut:

- Kontrak dilakukan oleh IKM produsen dan distributornya dengan kesepakatan pembelian dalam jumlah minimum, yaitu berkisar antara 100 potong pakaian untuk distributor skala sedang. Sementara untuk distributor skala besar dapat mencapai 1.000 potong. Beberapa produsen

- menetapkan pembelian minimum distributor setelahnya yaitu sebesar minimal 100 *pieces* (pcs).
- Pembagian keuntungan antara anggota rantai pasokan diberlakukan menggunakan potongan harga beli atau diskon. Besar diskon yang diperoleh distributor sebesar 35-50% dari harga jual ke konsumen akhir.
  - Rata-rata keuntungan bagi IKM produsen adalah sebesar 10%, margin ini merupakan selisih antara HPP (harga pokok produksi) dengan harga distributor.
  - Bagi distributor skala besar yang memiliki agen dan atau sub agen, besar diskon yang diperoleh agen adalah sebesar 20-40%
  - Barang yang tersisa di distributor menjadi tanggung jawab penuh distributor. Namun bila IKM produsen menetapkan pemotongan harga untuk barang yang belum terjual, maka barang sisa yang adapun mendapat penggantian.
  - Kontrak kerjasama antara produsen dan distributor belum semuanya dibuat tertulis.
  - IKM produsen menerima pengembalian barang, hanya untuk barang cacat. Dengan maksimum batas pengembalian adalah selama kurang lebih 1-2 bulan. Dalam hal ini produsen telah memberikan hak *khayar* pada distributor.
  - Tingkat permintaan produk di distributor, rata-rata 300 potong/bulan dengan standar deviasi 75 potong/bulan untuk distributor skala sedang. Sementara untuk distributor skala besar, rata-rata dapat mencapai 3.600 potong/bulan.
  - Harga jual produk rata-rata dari distributor ke konsumen akhir adalah sebesar Rp.120.000 – Rp.135.000

## 4.2 Pembahasan

### a. Ekspektasi keuntungan rantai pasokan pada mekanisme awal.

Berdasarkan pengumpulan data, diperoleh besarnya ekspektasi keuntungan untuk produsen, distributor maupun rantai pasokan sesuai dengan mekanisme yang sedang berlangsung (mekanisme awal). Perhitungan yang digunakan mengilustrasikan pendistribusian produk dalam skala kecil maupun besar, yang terlihat dari besar permintaannya dan perbedaan komposisi besar diskon yang diberikan pada distributor.

#### 1. Pendistribusian produk skala kecil

- Rata-rata demand ( $\mu$ ) = 300 pcs/bulan
- Standar deviasi demand ( $\sigma$ ) = 75 pcs/bulan
- Biaya produksi ( $v$ ) = Rp. 85.000/pcs
- Harga jual ke distributor ( $c$ ) = Rp. 110.000/pcs
- Harga jual ke konsumen ( $p$ ) = Rp. 135.000/pcs
- Nilai sisa ( $s$ ) diasumsikan sama dengan 0, karena hampir tidak pernah ada barang sisa dan tidak ada pengembalian produk
- Biaya kelebihan persediaan atau *Overstock* ( $Co$ ) =  $c - s$   
= Rp.110.000 – 0 = Rp.110.000
- Biaya kekurangan persediaan atau *Understock* ( $Cu$ ) =  $p - c$

$$= \text{Rp.}135.000 - \text{Rp.}110.000 = \text{Rp.}25.000$$

- Penentuan *Customers Service Level* (1)

$$CSL = \frac{C_u}{C_u + C_o} = \frac{\text{Rp.}25.000}{(\text{Rp.}25.000 + \text{Rp.}110.000)} = 18,5 \%$$

- Berdasarkan nilai *CSL* tersebut, maka jumlah pesanan yang optimal ditentukan dengan rumus (2)

$$Q^* = F^{-1}(CSL^*, \mu, \sigma) = 232,82 \approx 233 \text{ pcs / bulan}$$

- Dengan menetapkan ukuran pesan pada nilai  $Q^*$ , maka ekspektasi keuntungan di masing-masing pihak dapat dihitung sebagai berikut:

- Ekpektasi keuntungan pada IKM produsen (3)  
=  $(\text{Rp.}110.000 - \text{Rp.}85.000) \times 233 = \text{Rp.} 5.825.000 / \text{bulan}$
- Ekpektasi keuntungan pada distributor (4)  
=  $\text{Rp.} 4.795.651 / \text{bulan}$
- Ekspektasi Keuntungan Supply Chain = Ekspektasi Keuntungan Produsen + Ekspektasi Keuntungan Distributor  
=  $\text{Rp.} 5.825.000 + \text{Rp.} 4.795.651 = \text{Rp.} 10.620.651 / \text{bulan}$

## 2. Pendistribusian produk skala besar

- Dengan  $\mu = 3600 \text{ pcs/bulan}$ ;  $\sigma = 1200 \text{ pcs/bulan}$ ;  $v = \text{Rp.} 60.000/\text{pcs}$ ;  $c = \text{Rp.} 78.000/\text{pcs}$ ;  $p = \text{Rp.} 120.000/\text{pcs}$  dan  $s$  diasumsikan sama dengan 0
- Diperoleh hasil  $C_o = \text{Rp.}78.000$ ;  $C_u = \text{Rp.}42.000$ ;  $CSL = 35\%$ ;  $Q^* = 3.138 \text{ pcs/bulan}$
- Ekpektasi keuntungan pada IKM produsen =  $\text{Rp.} 56.484.000 / \text{bulan}$
- Ekpektasi keuntungan pada distributor =  $\text{Rp.} 97.862.541 / \text{bulan}$
- Ekspektasi Keuntungan *Supply Chain* =  $\text{Rp.} 154.346.541 / \text{bulan}$ .

### b. Ekspektasi keuntungan rantai pasokan pada mekanisme usulan

Menentukan fraksi pembagian keuntungan antara produsen dan distributor yang optimal menggunakan model *revenue sharing contract* (mekanisme usulan).

#### 1. Pendistribusian produk skala kecil

- Dengan  $\mu = 300 \text{ pcs/bulan}$ ;  $\sigma = 75 \text{ pcs/bulan}$ ;  $v = \text{Rp.} 85.000/\text{pcs}$ ;  $c$  ditetapkan sama dengan biaya produksi =  $\text{Rp.} 85.000/\text{pcs}$ ;  $p = \text{Rp.} 135.000/\text{pcs}$ ;  $s$  diasumsikan sama dengan 0.
- Diperoleh fraksi pembagian keuntungan ( $f$ ) untuk inialisasi ditetapkan = 10%, diperoleh hasil  $C_o = \text{Rp.}85.000$ ;  $C_u = \text{Rp.}36.500$ ;  $CSL = 30,04\%$ ;  $Q^* = 261 \text{ pcs/bulan}$ ;
- Ekspektasi *overstock* di distributor = 14 pcs / bulan sehingga ekpektasi keuntungan pada IKM produsen =  $\text{Rp.}3.334.500 / \text{bulan}$ ; Ekpektasi keuntungan pada distributor =  $\text{Rp.} 7.825.500 / \text{bulan}$ ; Ekspektasi Keuntungan *Supply Chain* =  $\text{Rp.} 11.160.000 / \text{bulan}$ .

#### 2. Pendistribusian produk skala besar

- Dengan  $\mu = 3.600 \text{ pcs/bulan}$ ;  $\sigma = 1.200 \text{ pcs/bulan}$ ;  $v = \text{Rp.} 60.000/\text{pcs}$ ;  $c$  ditetapkan sama dengan biaya produksi =  $\text{Rp.} 60.000/\text{pcs}$ ;  $p = \text{Rp.} 120.000/\text{pcs}$ ;  $s$  diasumsikan sama dengan 0.

- Diperoleh fraksi pembagian keuntungan ( $f$ ) untuk inialisasi ditetapkan = 10%, diperoleh hasil  $Co = \text{Rp.}60.000$ ;  $Cu = \text{Rp.}48.000$ ;  $CSL = 0,44\%$ ;  $Q^* = 3.432$  pcs/bulan;
- Ekpektasi keuntungan pada IKM produsen =  $\text{Rp.}36.396.000$  / bulan; Ekpektasi keuntungan pada distributor =  $\text{Rp.} 121.644.000$ / bulan; Ekpektasi Keuntungan *Supply Chain* =  $\text{Rp.} 158.040.000$  / bulan.

### c. Analisa perbandingan keuntungan rantai pasokan.

Analisa mekanisme yang diusulkan dilakukan dengan cara membandingkannya dengan keuntungan yang diperoleh pada mekanisme kontrak awal. Jika *revenue sharing contract* ditetapkan pada nilai  $f = 10\%$ , akibatnya biaya *overstock* menjadi turun dan *customer service level* naik menjadi 30,04%. Hal ini menyebabkan jumlah pemesanan optimal menjadi naik, dan keuntungan *supply chain* pun meningkat 5%. Peningkatan keuntungan yang sangat besar dialami oleh distributor yaitu sebesar 63%, namun terjadi penurunan besar pula pada keuntungan produsen. Dengan demikian diperlukan penentuan  $f$  yang optimal, agar kedua belah pihak dapat sama-sama meningkat keuntungannya. Tabel 1 menunjukkan nilai peningkatan keuntungan yang berubah seiring dengan perubahan nilai  $f$ . Pada produk busana muslim yang pendistribusian produknya berskala kecil, sebaiknya ditetapkan pembagian keuntungan sebesar 19%. Keuntungan tersebut dibagikan oleh distributor kepada produsen untuk setiap pcs busana muslim yang terjual.

**Tabel 1.** Nilai keuntungan dengan nilai  $f$  yang bervariasi – skala kecil

$f$	EP UKM Produsen	EP Distributor	EP SC	% Profit Dibanding mekanisme awal		
				UKM Produsen	Distributor	SC
10%	3.334.500	7.825.500	11.160.000	57%	163%	105%
15%	4.860.000	6.120.000	10.980.000	83%	128%	103%
18%	5.710.500	5.189.500	10.900.000	98%	108%	103%
<b>19%</b>	<b>5.976.450</b>	<b>4.823.550</b>	<b>10.800.000</b>	<b>103%</b>	<b>101%</b>	<b>102%</b>
20%	6.237.000	4.548.000	10.785.000	107%	95%	102%

Sementara itu untuk produk busana muslim yang pendistribusian produknya berskala cukup besar, dengan cara yang sama dengan perhitungan *revenue sharing contract* pada pendistribusian produk skala kecil, nilai peningkatan keuntungan yang berubah seiring dengan perubahan nilai  $f$  ditunjukkan pada Tabel 2. Pada produk busana muslim yang pendistribusian produknya berskala besar, sebaiknya ditetapkan pembagian keuntungan sebesar 16%. Keuntungan tersebut dibagikan oleh distributor kepada produsen untuk setiap pcs busana muslim yang terjual.

**Tabel 2.** Nilai keuntungan dengan nilai  $f$  yang bervariasi – skala besar

$f$	EP UKM Produsen	EP Distributor	EP SC	% Profit Dibanding mekanisme awal		
				UKM Produsen	Distributor	SC
10%	36.396.000	121.644.000	158.040.000	64%	124%	102%
15%	53.550.000	103.530.000	157.080.000	95%	106%	102%
<b>16%</b>	<b>56.870.400</b>	<b>99.969.600</b>	<b>156.840.000</b>	<b>101%</b>	<b>102%</b>	<b>102%</b>
17%	60.180.000	96.480.000	156.660.000	107%	99%	101%
20%	69.744.000	85.896.000	155.640.000	123%	88%	101%

**d. Desain model *revenue sharing contract* berbasis syariah**

Desain model kontrak yang berbasis syariah dilakukan dengan menetapkan harga beli distributor dan besarnya fraksi keuntungan produsen menggunakan model *revenue sharing contract*, dan menetapkan pola kerjasama dan konsep jual beli syariah.

Jenis kontrak yang diusulkan ini sesuai dengan akad *murabahah*, yaitu bentuk akad jual beli di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok dan biaya-biaya yang dikeluarkan dan tambahan profit yang diinginkan.

Model ini mengusulkan hal-hal yang dapat disepakati antara produsen dan distributor antara lain seperti yang dijelaskan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hal-Hal yang Disepakati Pada Model Kontrak Usulan

Hal yang disepakati	Pendistribusian produk skala kecil	Pendistribusian produk skala besar
Harga jual produsen pada distributor	Rp. 85.000	Rp. 60.000
Jumlah pemesanan optimum yang dapat disepakati sebagai jumlah pemesanan minimum.	261 pcs/bulan	3.432 pcs/bulan
Revenue sharing pada produsen dari keuntungan Distributor	19%	16%
<i>Lead time</i> (jangka waktu pemesanan)	Untuk distributor dalam kota tidak lebih dari 1 minggu, sementara untuk distributor luar kota tidak lebih dari 2 minggu, atau sesuai dengan kesepakatan bersama.	
Akad pemesanan	Semua kesepakatan pemesanan tercatat dengan baik, masing-masing pihak memegang salinannya. Harga beli distributor, harga jual ke konsumen dan pembagian fraksi keuntungan yang akan diterima, harus pula disebutkan atau ditetapkan dengan jelas.	
Kebijakan pengembalian produk (hak <i>khayar</i> )	Distributor berhak mengembalikan barang jika kualitas tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang diijinkan produsen Jangka waktu pengembalian ditetapkan tidak melebihi 3 hari atau sesuai dengan	

Hal yang disepakati	Pendistribusian produk skala kecil	Pendistribusian produk skala besar
	kesepakatan bersama. Kesepakatan <i>khiyar</i> ini juga hendaknya diberlakukan juga oleh distributor kepada agennya.	
Keterbukaan informasi	Adanya keterbukaan informasi yang baik diantara produsen dengan distributornya. Produsen terbuka akan harga produksi, sedangkan distributor terbuka atas jumlah produk yang berhasil terjual.	

## 5. KESIMPULAN

Dengan melakukan penelitian mekanisme kontrak maupun mekanisme kerjasama antara produsen dan distributor maupun pihak lainnya pada sistem rantai pasok produk busana muslim di Sidoarjo, diperoleh kesimpulan bahwa performansi model *supply contract* menggunakan *revenue sharing contract* memberikan nilai keuntungan yang lebih baik, jika dibandingkan dengan model *supply contract* yang diterapkan pada sistem riil sekarang ini. Jika ditinjau dari mekanisme kerjasama dan jual beli antar produsen dan distributor yang terjadi pada sistem riil masih perlu perbaikan. Masih banyak ditemukan mekanisme yang tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga pada penelitian ini diusulkan mekanisme yang seharusnya diimplementasikan pada rantai pasokan busana muslim yang sesuai syariah.

Penelitian ini dapat dikembangkan untuk cakupan rantai pasokan yang lebih luas, dengan sistem yang terdiri dari 3 eselon atau lebih. Diupayakan usulan model ini dapat diimplementasikan, dan diukur tingkat produktivitas sistem untuk mengetahui keefektifan model.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cachon, G.P. and Lariviere, M.A., 2000. *Supply Chain Coordination with Revenue Sharing Contract: Strengths and Limitations*, Working Paper.
- Chaudhry, M. S. 2012. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. Kencana Perdana Media Group. Jakarta.
- Chopra, S. And Meindl, P., 2001. *Supply Chain Management, Strategy, Planning, and Operation*, Prentice Hall.
- Hendri Hermawan Adinugraha. 2013. *Norma dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam*, Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol.21 No. 1, Maret, hal 49 -59, 2013
- Kementrian Perindustrian RI., 2015. *Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia*, Berita Industri, [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Li, Xuping and He, Jinsheng, 2006. *Coordination of Supply Chain with Revenue Sharing Contract in a Fuzzy Environment: Investigation and Analysis* (Working Paper, 2006)
- Monczka, R., Trent, R. and Handfield, R. 2005. *Purchasing And Supply Chain Management*, New York, Thomson South-western.
- Munizu, M. 2010. *Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro dan kecil di Sulawesi Selatan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 12 (1) : 33-41.
- Nalla, V.R., Van der Veen, J.A.A., and Venugopal, V., 2005., *On The Equivalence Of Selected Supply Chain Contract Mechanism*, The Nyenrode Research Group Working Paper, 05-08.
- Nawawi Uha, I., 2013. *Isu-isu Ekonomi Islam*, VIV Press, Jakarta.
- Nurwidiana. 2012. *Penerapan Revenue Sharing Contract Pada Klaster Industri*. Jurnal Teknik Industri. 13 (1) : 07-13.
- Partomo. 2004. *Usaha Kecil Menengah dan Koperasi*, Working Paper Series No 9, Center for Industry And SME Studies, Faculty Of Economics University Of Trisakti, June, 2004.
- Pasaribu. 2005. *Analisis Peningkatan Kompetensi Pengusaha Kecil Sesudah Mengikuti Pelatihan Kewirausahaan Yang Diselenggarakan Swisscontact Medan*, Jurnal Sistem Teknik Industri, Vol 6 No 5, Nopember, hal 49-52, 2005.

Ririh, K.R., Anggarhini, D. dan Amalia, 2011., *Strategi Pengembangan Kebijakan dan Pembinaan IKM Konveksi Sebagai Salah Satu Industri Kecil Menengah Di Indonesia*. J@ti Undip. 6 (3): 179-188.

Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., Simchi-Levi, E., 2003. *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*, McGraw-Hill/Irwin, New York.

Stock, J.R. and Lambert, D.M., 2001. *Fundamental of Logistics Management*, Mc.Graw-Hill, New York.