



## ANALISIS PEMASARAN BAWANG MERAH DI DESA PANDUNG BATU KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG

Firda Ayu Hasmir<sup>1\*</sup>, Iranita Haryono<sup>2</sup>, Aksal Mursalat<sup>3</sup>, Muhammad Rais Rahmat Razak<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Department of Agribusiness, Faculty of Science and Technology, Muhammadiyah University Sidenreng Rappang

<sup>4</sup>Department of Government, Faculty of Social Science and Political Science, Muhammadiyah University Sidenreng Rappang,

Email: firdaayu058@gmail.com

### Abstract

*This study aims to find out how the marketing channel, business income and marketing margins of shallots in Pandung Batu Village, Baraka District, Enrekang Regency. The type of research used is descriptive qualitative. The population used in this study were shallot farmers with a total of 3 respondents, collectors 1 respondent, retailers 1 respondent and wholesalers 1 respondent. Data collection was carried out using primary data, namely by interview, observation, documentation, literature study and questionnaire techniques. Secondary data collection was obtained from various sources such as the Central Bureau of Statistics (BPO), books, reports and journals. The results showed that there were 2 types of marketing channels in Pandung Batu Village, Baraka District, Enrekang Regency, namely the first channel from farmers to retailers and then to consumers and the second marketing channel, namely from farmers to collectors then to wholesalers then to retailers and then to consumers. The shallot farming income with a land area of 1.5 hectares is IDR 306,552,000.00. The income of shallot farming with a land area of 1 Ha is IDR 161,968,667.00. And the income of shallot farming with a land area of 0.5 Ha is IDR 305,968,000.00. Marketing channel 1 margin is IDR 8000/Kg and marketing channel 2 margin is IDR 3000/Kg.*

*Keywords: Marketing Channels, Marketing Margins, Revenue*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran, pendapatan usaha dan margin pemasaran bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Jenis Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani bawang merah yang berjumlah 3 responden, pedagang pengumpul 1 responden, pedagang pengecer 1 responden dan pedagang besar 1 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yaitu dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, studi literatur serta kuesioner. Pengumpulan data secara sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPO), buku, laporan, dan jurnal. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada 2 macam saluran pemasaran di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang yaitu pada saluran pertama dari petani ke pedagang pengecer lalu kemudian ke konsumen dan saluran pemasaran kedua yaitu dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang besar selanjutnya ke pedagang pengecer dan kemudian ke konsumen. Adapun pendapatan usahatani bawang merah dengan luas lahan 1,5 Ha sebesar Rp 306.552.000,00. Pendapatan usahatani bawang merah dengan luas lahan 1 Ha sebesar Rp 161.968.667,00. Dan Pendapatan Usahatani bawang merah dengan luas lahan 0,5 Ha

sebesar Rp 305.968.000,00. Margin saluran pemasaran 1 yaitu sebesar Rp 8000/Kg dan margin saluran pemasaran 2 yaitu sebesar Rp 3000/Kg.

Kata Kunci: Margin Pemasaran, , Pendapatan, Saluran Pemasaran

## 1. Pendahuluan

Sulawesi Selatan adalah penghasil bawang merah di samping padi, kakao dan kopi, kelapa, lebah, sapi perah, rumput laut, garam, sutera, dan souvenir. Bawang merah adalah jenis tanaman yang digunakan sebagai bumbu dalam berbagai masakan di seluruh dunia seperti Iran, Pakistan dan daerah pegunungan di utara, di mana mereka tumbuh di daerah subtropis dan tropis yang sejuk (Parinsi, 2017) .

Bawang merah adalah buah taman. Sayuran ini tumbuh subur di dataran tinggi dan rendah, di daerah terbuka, di iklim yang agak panas dan kering, paparan sinar matahari mencapai lebih dari 12 jam dan tanahnya gembur dan cukup berat. Petani telah lama membudidayakan bawang merah untuk budidaya komersial. Bawang merah merupakan salah satu produk hasil kebun yang paling banyak digunakan oleh semua konsumen terutama di rumah.

Pemasaran yang tidak efisien berdampak lebih kecil pada lembaga pemasaran dan keuntungan petani, karena pemasaran bawang merah ke konsumen mahal. Saluran pemasaran juga menentukan margin keuntungan yang diterima petani: semakin panjang saluran pemasaran, semakin banyak lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan dari margin keuntungan tersebut. (Lekatompessy et al., 2018).

Permasalahan budidaya bawang merah adalah modal dan peluang produksi yang terbatas, lahan yang sempit, teknologi budidaya yang terbatas, kurangnya ketersediaan tenaga kerja terampil dan pemasaran yang tidak sepenuhnya berpihak pada petani. Pemasaran produk pertanian menempati posisi yang sangat penting dalam sistem produksi, karena dalam pertanian komersial pemasaran produk sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan pertanian pertanian. (Yunita et al., 2020).

Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang memang bukan satu satunya daerah penghasil bawang merah akan tetapi sebagai salah satu daerah penghasil bawang merah yang memiliki potensi yang cukup besar dalam memproduksi bawang merah.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis saluran pemasaran bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka (2) untuk mengetahui berapa besar tingkat pendapatan usaha dan margin pemasaran bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka.

Dalam budidaya bawang merah harus diterapkan teknologi yang sesuai dengan kondisi agroekosistem dari tanaman yang ditanam sehingga dapat menghasilkan hasil yang besar. Budidaya bawang merah membutuhkan tekstur gembur, tekstur sedang sampai liat, kandungan organik tinggi, drainase dan aerasi yang baik dengan pH 5,6-6,5 (Kurnianingsih et al., 2019).

Salah satu kendala peningkatan produksi bawang merah pada tahun adalah penggunaan varietas. Untuk mengembangkan tanaman, selain mengamati agroekosistem, penggunaan varietas harus diperhatikan karena tidak semua varietas dapat beradaptasi di daerah berkembang. Peningkatan produksi bawang merah harus mempertimbangkan tidak hanya penggunaan benih bermutu, tetapi juga pemilihan varietas yang dapat ditanam di lingkungan yang berbeda, yaitu Bima Brebes, Super Philip dan Tajuk. Produksi bawang merah varietas Bima Brebes cukup tinggi yaitu 9,9 ton ha<sup>-1</sup>. Hasil umbi bawang merah Philip dapat mencapai 17,60 ton ha<sup>-1</sup>. Sedangkan produksi varietas tajuk dapat mencapai 17-22 ton ha<sup>-1</sup>. Berdasarkan hal tersebut maka varietas Bima brebes, atas Philip dan tajuk memiliki potensi yang cukup tinggi untuk dikembangkan di dataran rendah (Kasim et al., 2021).

Telah dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas kompos dengan penambahan pupuk kandang. Pupuk merupakan sumber unsur hara yang sangat penting, yang sangat menentukan tingkat pertumbuhan dan produksi hortikultura atau sayuran. Setiap unsur hara memiliki peranannya masing-masing dan dapat menunjukkan gejala tertentu pada tanaman jika ketersediaannya di dalam tanah sangat rendah. Pemberian unsur hara tanah melalui pemupukan harus seimbang yaitu sesuai dengan kebutuhan tanaman (Tambunan & Sipayung, 2014).

Produksi bawang merah di Sulawesi Selatan sebesar 48.899 ton. Tingginya permintaan konsumen akan bawang merah menjadikan bawang merah sebagai bahan baku yang menjanjikan bagi petani seperti Kabupaten Enrekang yang merupakan daerah penghasil bawang merah terbesar di Sulawesi Selatan diantara 17 daerah di Sulawesi Selatan seperti Jeneponto, Gowa, Takalar, Bantaeng dan lainnya. Kabupaten Enrekang merupakan daerah dengan budidaya bawang merah tertinggi di Indonesia (Wahyuni et al., 2020).

Pemasaran merupakan faktor penting dalam siklus kepuasan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu fungsi terpenting dalam suatu perusahaan untuk kelangsungan hidup, perkembangan dan keuntungan (profit). Pemasaran juga harus dapat memuaskan konsumen jika perusahaan ingin bertahan (Lukitaningsih, 2013).

Solusi mengurangi jumlah pemasar dalam rantai Pemasaran adalah membangun kemitraan antara petani dan agen pemasaran didukung oleh pemerintah. Semakin lama pola distribusi dan jumlah lembaga yang terlibat justru dapat mengurangi manfaat yang diterima petani sebagai produsen (Mursalat et al., 2020).

Saluran pemasaran adalah saluran lembaga pemasaran yang bertugas menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya model saluran pasar mempengaruhi tingkat biaya pemasaran dan tingkat harga yang dibayar konsumen. Model saluran bawang merah dapat ditentukan dengan menelusuri saluran distribusi bawang merah dari petani ke konsumen.

Fungsi pemasaran merupakan bagian penting dari pemasaran bawang merah yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran untuk memfasilitasi pasokan produk bawang merah dari produsen ke konsumen akhir. Fungsi pemasaran umumnya digunakan untuk mengurangi hambatan waktu, jarak, lokasi dan arus informasi. Fungsi pemasaran produsen dan perantara bawang merah terdiri dari fungsi pembelian, fungsi penjualan,

fungsi pengangkutan, fungsi pengemasan, fungsi penyimpanan, fungsi risiko –fungsi penanggung resiko, dan informasi pasar (Tobing & Simatupang, 2021).

Persaingan yang ketat antar petani bawang merah mempengaruhi tingkat pendapatan petani dan kemampuan mereka dalam memenuhi kebutuhan pokok rumah tangga. Petani selalu mengharapkan pendapatan yang tinggi dari produksi pertaniannya. Untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal, petani harus mampu meningkatkan produksi dan menekan biaya produksi. Oleh karena itu, petani harus mampu menghasilkan input pertanian. sehingga hasil yang diperoleh sangat bermanfaat bagi petani (Baharuddin & Muhammad, 2021).

Margin pasar dapat digunakan untuk menentukan distribusi. Margin pemasaran, yang terdiri dari biaya dan manfaat yang diperoleh dari operasi masing-masing agen pemasaran aktif dan menentukan distribusi harga. (Lekatompessy et al., 2018).

## 2. Bahan dan Metode

Penelitian dilaksanakan di Desa Pandung Batu di Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang pada bulan Januari – Maret 2023. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena di daerah itu merupakan sentra budidaya bawang merah dan juga hampir seluruh petani di daerah tersebut menanam bawang merah.

Penelitian yang dilaksanakan ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui kegiatan wawancara observasi, dokumentasi, dan questioner Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga yang terkait seperti sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, studi literatur, jurnal.

Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan melibatkan 3 petani bawang merah, 1 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar dan 1 pengecer.

### Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan biaya total (TC) dan dinyatakan dengan rumus:

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I = Income (Pendapatan)

TR = Total Revenue (Penerimaan Total)

TC = Total Cost (Biaya Total).

### Margin Pemasaran

Besarnya margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$Mmi = Ps - Pb$$

Keterangan:

Mmi = Margin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Ps = Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Pb = Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

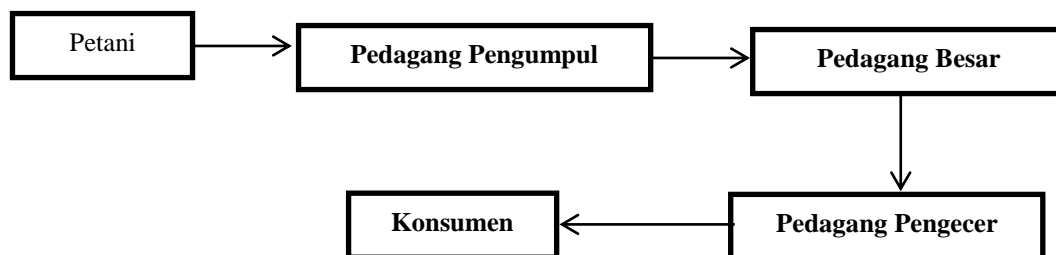
### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

##### a. Saluran Pemasaran I

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemasaran bawang merah yang berlangsung di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang melibatkan beberapa pedagang, antara lain pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan pedagang besar. Adapun saluran pemasaran I Bawang merah di daerah penelitian dilakukan oleh 2 responden petani yang menjual bawang merah kepada pedagang pengumpul dengan harga sebesar Rp 25.000/Kg. Pedagang pengumpul kemudian menjual bawang merah kepada pedagang besar dengan harga Rp 28.000/Kg. Selanjutnya pedagang besar menjual bawang merah kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 30.000/Kg. Setelah itu pedagang pengecer kemudian menjual bawang merah kepada konsumen dengan harga Rp 33.000/Kg.

Secara ringkas saluran pemasaran I bawang merah yang berlangsung di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada gambar 1 berikut



Gambar 1. Saluran Pemasaran I

##### b. Saluran Pemasaran II

Berdasarkan hasil penelitian adapun saluran pemasaran II bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dilakukan oleh 1 responden yang menjual bawang merah kepada pedagang pengecer. Petani menjual bawang merah ke pedagang pengecer tanpa pedagang perantara atau pengumpul. Pedagang pengecer membeli bawang merah dari petani dengan harga Rp 25.000/ Kg, kemudian menjual bawang merah ke konsumen dengan harga Rp 28.000/kg. Hal ini sesuai dengan pendapat (Aena et al., 2018) yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya margin suatu produk. Semakin panjang saluran pemasaran akan semakin besar margin yang terjadi dan sebaliknya semakin pendek saluran pemasaran maka semakin kecil marginnya.



Gambar 2. Saluran Pemasaran II

### c. Pendapatan Usaha Bawang Merah Di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Pendapatan atau keuntungan adalah tujuan dari semua unit skala usaha dari hasil pemasaran atau penjualan hasil skala usaha, seperti barang olahan dan hasil panen tanaman (Mursalat et al., 2022). Menurut (Mutiara, 2020) analisis usaha yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan apakah perusahaan tersebut menguntungkan dengan mempertimbangkan biaya dan pendapatan pelaku usaha atau keuntungan dari peningkatan produksi.

Adapun pendapatan usahatani bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pendapatan Usahatani Responden di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

**Tabel 1.** Pendapatan Usahatani Bawang Merah Di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

NO	Nama	Luas Lahan	Produksi (Ton)	Harga (Kg)	Pendapatan Bersih
1	Muh. Muslim	1,5 Ha	15 Ton	IDR 25.000,00	Rp 306,552,000,00
2	Sodding	1 Ha	8 Ton	IDR 25.000,00	Rp 161,968,667,00
3	Jupri	0,50 Ha	4 Ton	IDR 25.000,00	Rp 83,403,000,00

*Sumber : Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan usahatani bawang merah oleh Muh. Muslim yang memiliki luas lahan 1 Ha yaitu sebesar Rp 306,552,000,00. Pendapatan usaha tani bawang merah oleh Sodding yang memiliki luas lahan 1 Ha yaitu sebesar Rp 161,968,667,00 dan pendapatan usahatani bawang merah oleh Jupri yang memiliki luas lahan sebesar 0.50 Ha yaitu sebesar Rp 83,403,000,00. (Dahlianawati et al., 2020) menyatakan bahwa Semakin besar jumlah penerimaan yang diperoleh oleh petani dari hasil penjualan bawang merah maka semakin besar juga keuntungan yang diperoleh oleh petani bawang merah.

### d. Margin Pemasaran Bawang Merah Di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan usahatani bawang merah oleh Muh. Muslim yang memiliki luas lahan 1 Ha yaitu sebesar Rp 306,552,000,00. Pendapatan usaha tani bawang merah oleh Sodding yang memiliki luas lahan 1 Ha yaitu sebesar Rp 161,968,667,00 dan pendapatan usahatani bawang merah oleh Jupri yang memiliki luas lahan sebesar 0.50 Ha yaitu sebesar Rp 83,403,000,00. (Dahlianawati et al., 2020) menyatakan bahwa Semakin besar jumlah penerimaan yang diperoleh oleh petani dari hasil penjualan bawang merah maka semakin besar juga keuntungan yang diperoleh oleh petani bawang merah.

**Tabel 2.** Margin Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang

NO	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
----	-------------------	--------------------	--------------------	------------------

1	- Farmer		25.000	
	- Collectors	25000	28.000	3000
	- Wholesalers	28.000	30.000	2000
	- Retail Traders	30.000	33.000	3000
	- Consumer	33.000	-	
2	-Farmer		25.000	
	-Retail Traders	25.000	28.000	3.000
	-Consumer	28.000	-	

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa, margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 8.000/Kg dan Margin pemasaran pada saluran kedua yaitu sebesar Rp 3.000/Kg. Menurut (Aena et al., 2018) yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya margin suatu produk. Semakin panjang saluran pemasaran akan semakin besar margin yang terjadi dan sebaliknya semakin pendek saluran pemasaran maka semakin kecil marginnya.

#### 4. Simpulan

Secara garis besar, menjawab rumusan masalah pada bab 1 maka, berdasarkan penelitian di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Saluran pemasaran bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang terdapat 2 saluran yaitu saluran I Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen dan saluran II Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. (2) Pendapatan usahatani bawang merah Muh. Muslim dengan luas lahan 1.5 Ha yaitu Rp 306,552,000.00. Pendapatan Usahatani bawang merah Sodding dengan luas lahan 1 Ha yaitu Rp 161,968,667.00 dan Pendapatan usahatani bawang merah Jupri dengan luas lahan 0.50 Ha adalah Rp 83,364,000.00. Berdasarkan hal tersebut pendapatan usaha yang paling tinggi adalah pendapatan usaha Muh Muslim yaitu Rp 306,552,000.00 dengan luas lahan 1.5 Ha. (3) Margin pemasaran tertinggi yakni pada saluran pemasaran I yaitu total marginnya adalah Rp 8000 sedangkan pada saluran ke II marginnya adalah Rp 30000

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya yaitu peneliti selanjutnya harus mampu menggali lebih dalam tentang potensi pengembangan bawang merah di Desa Pandung Batu Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang dan juga untuk pengembangan komoditi bawang merah, sebaiknya pemerintah Kabupaten Enrekang menyediakan fasilitas berupa pasar khususnya untuk komoditi pertanian setempat.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih yang tulus kepada Bapak Dr. Ir. Muh. Raiz Rahmat Razak, S.sos, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Bapak Aksal Mursalat, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Ibu Iranita Haryono, S.Pt., M.Si selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Aksal Mursalat, S.P., M.Si., selaku dosen pembimbing ke dua, Ibu Astrini Padapi, S.Pt., M.Si., Ibu Ayu Wulandari, S.P., M.Si., dan Ibu Fitriani S.P., M.Si., karena telah membantu penulisan melalui saran dan kritik yang diberikan demi kesempurnaan skripsi ini dan Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang yang telah membagi ilmu pengetahuan yang akan bermfaat bagi saya.

## 5. Referensi

- Aena, N., Rahim, A., & Ma, I. (2018). *Analisis Margin Pemasaran Produksi Petani Padi Di Kecamatan Belawa Kabupaten Wajo The Analysis Of Marketing ' S Margin Of Rice Farmers ' S Production In Belawa Sub -District Wajo Regency*.
- Baharuddin, L., & Muhammad, M. (2021). Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Petani Bawang Merah Lokal Topo Di Kelurahan Afa-Afa Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Biosainstek*, 3(1), 46–52. <https://doi.org/10.52046/Biosainstek.V3i1.627>
- Dahlianawati, D., Sofyan, S., & Jakfar, F. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L*) Di Kecamatan Banda Baro Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 31–44. <https://doi.org/10.17969/Jimfp.V5i4.15867>
- Kasim, N., Haring, F., Asis, B., Amin, A. R., Pertanian, D. B., Pertanian, F., & Hasanuddin, U. (2021). *Pertumbuhan Dan Produksi Tiga Varietas Bawang Merah ( Allium Ascalonicum L .) Pada Berbagai Konsentrasi Bioslurry Cair*. 12(1), 18–28.
- Kurnianingsih, A., S., & Sefrila, M. (2019). Karakter Pertumbuhan Tanaman Bawang Merah Pada Berbagai Komposisi Media Tanam. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 9(3), 167–173. <https://doi.org/10.29244/Jhi.9.3.167-173>
- Lekatompessy, D. C., Turukay, M., & Parera, W. B. (2018). Analisis Pemasaran Bawang Merah (*Allium Ascalonicum L.*) Di Dusun Taeno Negeri Rumah Tiga Kecamatan Teluk Ambon Kota Ambon. *Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 5(3), 262. <https://doi.org/10.30598/Agrilan.V5i3.325>
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V3i1.85>
- Mursalat, A., Herman, B., Asra, R., & Thamrin, N. T. (2022). Analisis Pendapatan Dan Margin Pemasaran Dalam Saluran Distribusi Beras Kabupaten Sidenreng Rappang. *Agrimor*, 7(2), 70–76. <https://doi.org/10.32938/Ag.V7i2.1684>
- Mursalat, A., Wulandary, A., & R, F. (2020). Identification Of Partnership Patterns And Rice Distribution Channels As The Main Commodity In Sidenreng Rappang District. *Agricultural Social Economic Journal*, 20(4), 285–290. <https://doi.org/10.21776/Ub.Agrise.2020.20.4.3>
- Mutiara, D. (2020). *Strategi Pemasaran Dan Analisis Pendapatan Usaha Beras Super Tani Maju Di Desa Sritunggal Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Wat Kanan*. 2013, 29–43.
- Parinsi, K. (2017). Analisis Pendapatan Usaha Tani Bawang Merah Di Desa Singki Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Economix*, 5(1), 193–202.
- Tobing, B. E. L., & Simatupang, D. I. S. (2021). Pemasaran Bawang Merah. *Jurnal ...*, 7(2). <https://ejournal.methodist.ac.id/index.php/methodagro/article/view/878%0ahttps://ejournal.methodist.ac.id/index.php/methodagro/article/download/878/702>
- Wahyuni, S., Syarif, E., Maru, R., & Jurusan. (2020). Kehidupan Sosial Ekonomi Petani Bawang Merah Batunoni Desa Batunoni Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Environmental Science*, 2(2), 145. <https://doi.org/10.35580/Jes.V2i2.13196>
- Willy Andrew Tambunan, Rosita Sipayung, F. E. S. (2014). *Pertumbuhan Dan Produksi Bawang Merah (Allium Ascalonicum L.) Dengan Pemberian Pupuk Hayati Pada Berbagai Media Tanam*. 2(2337), 825–836.
- Yunita, Efendy, & Juniarsih, N. (2020). Kabupaten Sumbawa Analysis Of Shallot Marketing In Subdistrict Sumbawa Regency. *Agroteksos*, 30(3), 173–184.