

# Efficiency of the Red Onion (*Allium ascalonicum* L) Supply Chain in the Koli Transmigration Settlement Unit, Oba District, Tidore City, Islands, North Maluku Province

(Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L) di Unit Permukiman Transmigrasi Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara)

Hasrul A. Marsaoly<sup>1✉</sup>, Ekaria<sup>1</sup> dan Ardila Umaternate<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara, Ternate, Indonesia

<sup>2</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara, Ternate, Indonesia

Email: [hasrulumarsaoly@gmail.com](mailto:hasrulumarsaoly@gmail.com)

## Info Article :

Diterima : 12 April 2024  
Disetujui : 18 Mei 2024  
Dipublikasi : 25 Mei 2024

## Article type :

<input type="checkbox"/>	Review Article
<input type="checkbox"/>	Common Serv. Article
<input checked="" type="checkbox"/>	Research Article

## Keyword :

Shallots, Supply Chain, Marketing Margin, Efficiency, Trans Koli.

## Korespondensi :

Harlina Harlina  
Universitas Muslim  
Indonesia, Makassar,  
Indonesia

## Email:

[hasrulumarsaoly@gmail.com](mailto:hasrulumarsaoly@gmail.com)



Copyright©2024, Hasrul A. Marsaoly, Ekaria, Ardila Umaternate

# Abstract

Shallot cultivation carried out by farmers in Oba District, Tidore Islands City or what is usually called the Trans-Koli area has become the main source of income for them and provides income to meet their daily needs. This research aims to analyze the shallot supply chain system and analyze the level of efficiency of the shallot supply chain in the Koli Transmigration Settlement Unit (UPT) area, Oba District, Tidore City, Islands, North Maluku Province. This research is survey research using a quantitative descriptive method approach. Qualitative analysis, namely analyzing the shallot supply chain used in this research, namely using supply chain efficiency analysis, then describing the shallot supply chain efficiency data. The research results explain that there are 3 (three) forms of shallot supply chain channels in Koli Transmigration, namely: channel I; farmers – traders, sub-district lura collectors – consumers, channel II; farmers, sub-district collectors – retailers – consumers and channel III, namely farmers – wholesalers – consumers. The marketing channels in the shallot supply chain flow in Koli Transmigration are efficient marketing channels because the efficiency value in each marketing channel is <5%. Where the efficiency value in channel I is 3.84%, channel II 4.69% and channel III 3.82%.

## I. PENDAHULUAN

Bawang merah (*Allium Cepa* L) merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditas sayuran ini termasuk kedalam kelompok rempah tidak bersubsidi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta bahan obat tradisional. Bawang merah merupakan salah satu komoditi sayuran yang memiliki nilai

ekonomi tinggi ditinjau dari sisi pemenuhan konsumsi nasional, sumber penghasilan petani, dan potensinya sebagai penghasil devisa negara (Baharuddin dan Muhammad, 2021).

Sifat bawang merah yang mudah sekali rusak (perishable), namun sangat diperlukan secara terus menerus hampir di semua daerah menyebabkan sistem manajemen rantai pasok sangat diperlukan. Menurut Leppe dan Karuntu

(2019), manajemen rantai merupakan upaya yang dilakukan secara terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi melalui mata rantai supplier yang terkait, mulai dari supplier awal (*raw material supplier*) hingga pelanggan akhir (*end customer*). Dari fenomena tersebut maka analisis rantai pasok sangat diperlukan untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dan rantai pasok produk pertanian hortikultura seperti bawang merah.

Pengelolaan rantai pasok bawang merah cukup kompleks, sebagaimana komoditas pertanian lainnya, pengelolaan rantai pasok bawang merah memiliki karakteristik tertentu karena dipengaruhi oleh sistem produksi, bulky, perishable dan penurunan kualitas secara terus menerus (Marimin dan Magfiroh, 2010). Permintaan terhadap bawang merah terjadi setiap hari, pemenuhan kebutuhan konsumen harus senantiasa terpenuhi. Upaya peningkatan kinerja rantai pasok bawang merah menjadi sangat diperlukan agar kebutuhan pelanggan dan keuntungan pelaku usaha dapat tercapai.

Maluku Utara merupakan salah satu tempat sentra produksi bawang merah yaitu di Kota Tidore Kepulauan Kecamatan Oba, terdapat potensi produktivitas bawang merah yang sangat potensial karena hampir semua lahan pertanian di daerah ini cocok untuk usahatani bawang merah. Panen bawang merah cukup melimpah dengan luas panen bawang merah mencapai 22 Ha dan jumlah produksi sebesar 989 ton. Berdasarkan data dari (Renstra, 2025) bahwa usaha pertanian yang dikembangkan di Kota Tidore Kepulauan terdiri dari beberapa subsektor, yaitu pertanian tanaman pangan, hortikultura, peternakan dan perikanan. Bawang merah merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak diusahakan di Trans Tayawi Desa Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan (Abas N, et al. 2022).

Budidaya bawang merah yang dilakukan para petani di Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan atau biasa disebut kawasan Trans-Koli telah menjadi mata pencaharian utama mereka, memberikan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, meski terkadang mereka menghadapi kendala. Ada Persediaan benih yang digunakan selain itu, bawang merah merupakan tanaman yang sangat rapuh dan memerlukan biaya yang besar mulai dari pengolahan lahan, penanaman, perawatan, pengendalian hama dan penyakit, pemanenan, dan pasca panen. Meski demikian, para petani bawang merah di kawasan Trans Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan

tetap optimis dan semangat berupaya meningkatkan hasil produksinya. Oleh karena itu, aspek efisiensi harus mendapat perhatian yang besar agar biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dapat ditutupi oleh pendapatan yang diperoleh setelah panen (Marsaoly, dkk 2020).

Produksi bawang merah di daerah Trans Koli dilakukan setiap tahunnya, permasalahan yang dihadapi oleh petani di daerah transmigrasi tersebut yaitu sulitnya membaca kenaikan harga bawang merah, dimana pada saat budidaya berlangsung harga bawang merah melambung tinggi hingga Rp 100,000 per kilo, namun pada saat panen tiba harga bawang merah menurun hingga Rp 30.000/ per kilogram. Permasalahan tersebut memunculkan pertanyaan bagi peneliti yaitu bagaimana menciptakan rantai pasok yang efisien. Oleh karena itu, diharapkan adanya sistem rantai pasok yang tepat hingga komoditas bawang merah sampai ke konsumen akhir, serta sistem rantai pasok yang diterapkan tersebut harus efisien sehingga dapat memberikan keuntungan yang adil kepada petani. berdasarkan uraian di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis sistem rantai pasok bawang merah serta menganalisis tingkat efisiensi rantai pasok bawang merah di wilayah Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara pada bulan april sampai bulan mei 2024. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive method*) karena lokasi tersebut merupakan salah satu sentra produksi bawang merah di Provinsi Maluku Utara.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah populasi petani bawang merah di Unit Permukiman Transmigrasi Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara sebanyak 27 orang. Menurut Arikunto (2006) mengatakan Bahwa apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan populasi. Akan tetapi, jika subjeknya lebih besar maka dapat diambil antara 10-15% atau lebih dari 15%, maka sampel dalam penelitian ini secara keseluruhan sebanyak 27 orang.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan pendekatan metode Kuantitatif deskriptif. Analisis kuantitatif yaitu menganalisis rantai pasok bawang merah dengan menggunakan efisiensi rantai pasok di Trans Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara. Sedangkan, analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan efisiensi rantai pasok bawang merah tersebut. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan aplikasi komputer Ms. Excel dan dijelaskan secara deskriptif. Selanjutnya, untuk menganalisis efisiensi pemasaran dapat menggunakan analisis margin pemasaran, *Farmer's Share*, efisiensi pemasaran dan rasio keuntungan terhadap biaya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

#### 1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani. Menurut Jumiaty (2013) secara sistematis margin pemasaran dapat ditulis sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:  $M_p$  = Margin pemasaran,  $P_r$  = Harga ditingkat konsumen akhir,  $P_f$  = Harga ditingkat petani

#### 2. *Farmer's Share*

Analisis *farmer's share* dilakukan untuk melihat keuntungan atau bagian yang diterima oleh petani dalam bentuk persentase. Tingginya nilai *farmer's share* mengindikasikan bahwa petani memperoleh keuntungan yang tinggi (Kohls dan Uhl (2002)). Secara matematis *farmer's share* dirumuskan:

$$F = (P_r/P_f) \times 100\%$$

Keterangan:  $F$  = Bagian yang diterima petani,  $P_f$  = Harga yang diterima petani,  $P_r$  = Harga yang dibayar konsumen

#### 3. Efisiensi Pemasaran

Kegiatan pemasaran dikatakan efisien apabila persentase margin pemasaran lebih rendah dari *farmer's share*. Menurut Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$E_p = TB/TNP \times 100\%$$

Keterangan:  $E_p$  = Efisiensi Pemasaran (%),  $TB$  = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg),  $TNP$  = Total Nilai Produk /harga ditingkat Konsumen (Rp/kg) Jika

nilai  $E_p < 5\%$  = efisien dan jika nilai  $E_p > 5\%$  = tidak efisien

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Sasaran rantai Pasok

Sasaran pasar bawang merah yang diproduksi oleh petani di Daerah Transmigrasi Koli Kecamatan Oba sebagian besar adalah pasar luar kecamatan maupun Kabupaten Kota dan hanya sebagian kecil dari pasar lokal. Saran pasar tersebut yaitu pasar di Kabupaten Halmahera Tengah, pasar Sarimalaha di Kota Tidore dan pasar Gamalama di Kota Ternate.

#### 3.2. Manajemen Rantai Pasok Bawang Merah Transmigrasi Koli

Kegiatan rantai pasok bawang merah dari petani hingga konsumen memerlukan perantara atau lembaga pemasaran dari pedagang yang berperan penting dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan temuan penelitian, pelaku rantai pasok yang terlibat dalam proses distribusi bawang merah dari petani hingga konsumen akhir adalah:

##### 3.2.1. Petani Bawang Merah

Petani bawang merah merupakan anggota rantai pertama dari rantai pasok bawang merah di wilayah Transmigrasi Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan. Petani Bawang Merah memegang peranan penting dalam menentukan kualitas, kuantitas, dan ketersediaan Bawang Merah.

##### 3.2.2. Pedagang Pengumpul Kecamatan

Pedagang pengumpul kecamatan adalah saluran kedua dalam rantai pasokan bawang merah di wilayah Transmigrasi Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan. Pedagang pengumpul bertindak sebagai perantara antara petani dengan pedagang pengecer dan menjual produk bawang merah kepada konsumen di pasar yang berada di luar kecamatan. Pedagang Pengumpul mengumpulkan dan membeli hasil produksi bawang merah dari petani dan menjualnya dengan memberikan informasi seperti kualitas dan kuantitas bawang merah kepada pedagang pengecer. Pedagang pengumpul menjaga kepercayaan petani terhadap distribusi hasil panennya. Pembelian bawang merah dari petani biasanya dilakukan yaitu pedagang pengumpul mendatangi langsung ke rumah maupun kebun petani tersebut untuk melakukan transaksi jual beli.

3.2.3. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan distributor terakhir dalam rantai pasok produk bawang merah. Pedagang pengecer bernegosiasi langsung dengan konsumen di pasar. Pengecer biasanya hanya membeli bawang merah dalam jumlah kecil, berkisar antara 50 hingga 100 kg, dari pedagang pengumpul dan kemudian dijual kembali kepada konsumen di pasar.

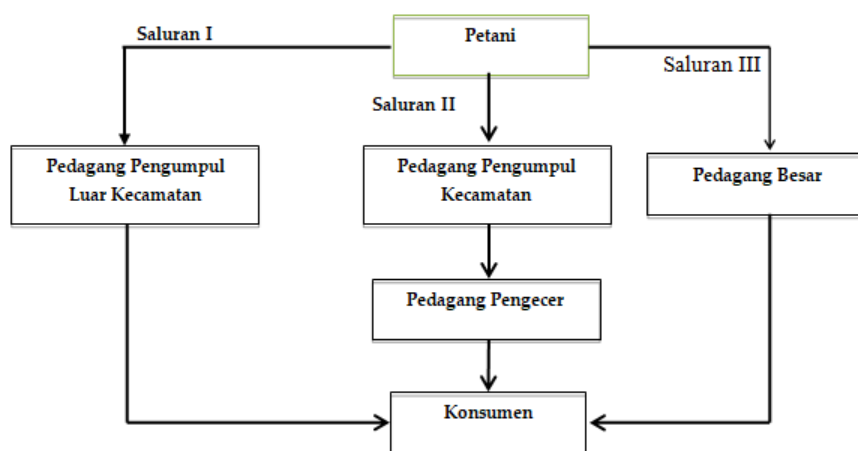
3.2.4. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah mereka yang membeli bawang merah dari petani. Biasanya pedagang besar tersebut membeli bawang merah dalam jumlah besar. Pedagang besar kemudian

menjual bawang merah tersebut kepada konsumen di pasar.

3.3. Aliran Rantai Pasok Bawang Merah di Transmigrasi Koli

Terdapat 4 bentuk saluran pemasaran bawang merah di Permukiman Transmigrasi Koli di Kecamatan Oba Tidore Kepulauan. Para pemain kunci dalam rantai pasok barang bawang merah sering disebut sebagai anggota rantai. Berikut Gambar 1 di bawah ini menunjukkan alur rantai pasok bawang merah di kawasan Permukiman Transmigrasi Koli di Kecamatan Oba Tidore Kepulauan.



Gambar 1. Alur rantai pasok bawang merah

3.3.1. Alur Rantai Pasok I

Alur rantai pasok bawang merah pada saluran I yaitu sebagian petani yang berjumlah 9 orang memilih menjual bawang merah yang diproduksinya ke pedagang pengumpul luar Kecamatan yang berjumlah 1 orang, kemudian pedagang tersebut menjualnya kembali ke konsumen di pasar sarimalaha Kota Tidore Kepulauan.

3.3.2. Alur Rantai Pasok Saluran II

Alur rantai pasok bawang merah pada saluran II yaitu, sebagian petani yang berjumlah 12 orang memilih menjual hasil panen bawang merahnya di pedagang pengumpul kecamatan yang berjumlah 1 orang kemudian pedagang pengumpul tersebut menjualnya kembali kepada pedagang pengecer yang berjumlah 3 orang dan selanjutnya pedagang pengecer tersebut menjualnya kembali di pasar sofifi.

3.3.3. Alur Rantai Pasok III

Alur rantai pasok bawang merah pada saluran III yaitu, sebagian petani yang berjumlah 8

orang memilih menjual hasil produksi bawang merah ke pedagang besar yang berjumlah 2 orang kemudian pedagang besar tersebut menjualnya kembali di pasar Gamalama di Kota Ternate.

3.4. Analisis Efisiensi Bawang Merah di Unit Permukiman Transmigrasi Koli

Analisis yang digunakan untuk menghitung efisiensi rantai pasok bawang merah di wilayah Unit Permukiman Transmigrasi Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan yaitu menggunakan analisis margin pemasaran dan *farmer's Share* pada setiap saluran pemasaran. Selanjutnya, dapat menentukan saluran mana yang paling efisien dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran. Analisis margin pemasaran adalah salah satu indikator kuantitatif untuk menilai efisiensi rantai pasokan. Perbedaan harga antar tingkat lembaga pemasaran dapat disebabkan oleh biaya dan fungsi pemasaran yang dilakukan dalam saluran pemasaran, serta keuntungan yang digunakan sebagai kompensasi atas jasa yang dilakukan oleh fungsi pemasaran.

Tabel 1. Margin pemasaran dan *farmer's share* saluran II pada rantai pasok bawang merah

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp) / Kg	Sahare (%)
1	Petani Harga Jual	35.000	87.5
2	Pedagan Pengumpul Luar Kecamatan Harga Beli Harga Jual Biaya Pemasaran Keuntungan	35.000 40.000 1,537 5.281	13.20
3	Konsumen Harga Beli	40.000	
	Margin Pemasaran	5,000	
	Efisiensi Pemasaran (%)	3.84	

Sumber: data primer yang diolah 2024

Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa sebagian petani menjual bawang merah dari hasil produksinya ke pedagang pengumpul luar kecamatan dengan harga Rp 35.000 per Kilogram. Kemudian harga yang dijual bawang merah oleh pengumpul luar kecamatan ke konsumen di pasar sebesar Rp 40.000 per Kilogram. Margin pemasaran pada saluran II dalam proses rantai pasok bawang

merah tersebut sebesar Rp 5,000. Bagian harga yang diterima *farmer's Share* oleh petani sebesar 87.5%. Hal ini dapat dijelaskan bahwa proses penjualan bawang merah yang dilakukan oleh petani yaitu pedagang luar kecamatan mendatangi di kebun maupun rumah petani untuk melakukan transaksi jual beli sehingga petani tersebut tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Tabel 2. Margin pemasaran dan *farmer's share* saluran III pada rantai pasok bwang merah

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp) / Kg	Sahare (%)
1	Petani Harga Jual	35.000	83,3
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan Harga Beli Harga Jual Baiaya Pemasaran Keuntungan	35,000 37,000 100,00 10,036	23,90
3	Pedagang Pengecer Harga Beli Harga Jual Biaya Pemasaran Keuntungan	37,000 40,000 1,870 9,419	22,43
4	Konsumen Harga Beli	42,000	
	Margin Pemasaran	7,000	
	Efisiensi Pemasaran (%)	4.69	

Sumber: data primer yang diolah 2024

Berdasarkan Tabel 2, dapat dijelaskan bahwa sebagian petani memilih menjula bawang merah dari hasil produksinya ke pedagang pengumpul kecamatan dengan harga Rp 35.000 kemudian pedagang pengumpul kecamatan tersebut menjulanya kembali ke pedagang pengecer dengan harga Rp 40.000 per Kilogram dan selanjutnya pedang pengecer menjual bawang merah ke konsumen di pasar dengan harga 42.000 per Kilogram maka margin pemasaran pada

saluran pemasaran III sebesar Rp 7.000. Bagian harga yang diterima *farmer's Share* oleh petani sebesar 83,3%. Proses aliran rantai pasok bawang merah pada saluran 3 ini dapat dijelaskan bahwa petani menjadikan langganan degan pedagan pengumpul kecamatan sehingga petani tersebut dengan mudah mengetahui dimana mendistribusikan hasil produksinya.

Tabel 3. Margin pemasaran dan *farmer's share* saluran IV pada rantai pasok bawang merah

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp) /Kg	Sahare (%)
1	Petani Harga Jual	35,000	87.5
2	Pedagang Besar Harga Beli Harga Jual Biaya Pemasaran Keuntungan	35,000 40,000 1,529 6,988	17,47
3	Konsumen Harga Beli	40,000	
	Margin Pemasaran	5,000	
	Efisiensi Pemasaran (%)	3.82	

Sumber: data primer yang diolah 2024

Harga jual bawang merah oleh petani ke pedagang besar pada saluran IV yang dapat di Tabel IV diatas yaitu sebesar Rp 35.000 per Kilogram. Kemudian bawang merah tersebut dijual kembali oleh pedagang besar ke konsumen di pasar sebesar Rp 40.000 per Kilogram sehingga margin pemasaran pada saluran pemasaran IV sebesar Rp 5.000. Bagian harga yang diterima *farmer's Share* oleh petani pada saluran ini sebesar 87,5%. proses penjualan bawang merah yang dilakukan oleh petani yaitu sama dengan saluran I diman pedagang besar yang sudah menjadi langgan mendatangi di kebun maupun rumah petani untuk melakukan transaksi jual beli sehingga petani tersebut tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

### 3.5. Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok Bawang Merah

Efisiensi pemasaran merupakan kegiatan mengkomunikasikan produk pertanian dari produsen sampai ke konsumen. Produk tersebut melewati saluran pemasaran, tetapi panjang salurannya berbeda-beda. Efisiensi pemasaran dapat tercapai jika sistem mampu memuaskan pemangku kepentingan lembaga pemasaran dan untuk mencapai efisiensi perlu, diterapkan prinsip efisiensi dalam mengatur pemasaran sehingga bagian petani dan lembaga akhir dapat memperoleh keuntungan yang wajar pada tingkat harga yang terjangkau oleh konsumen (Koestiono, D., & Agil, A, 2010). Efisiensi pemasaran pada rantai pasok bawang merah di unit Pemukiman Transmigrasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi pemasaran pada rantai pasok bawang merah

No	Lembaga Pemasaran	Margin Pemasaran (Rp)	Sahare (%)	Efisiensi Pemasaran
1	Saluar II	5,000	87.5	3,84
2	Saluar III	7,000	83,3	4,69
3	Saluar IV	5,000	87.5	3,82

Sumber: data primer yang diolah 2024

Proses pemasaran yang efisien adalah proses yang dapat memberikan bagian atau bagian yang sama kepada seluruh anggota rantai pasokan atau agen pemasaran yang terlibat. Saluran rantai pasokan yang efisien adalah saluran dengan margin terendah dan *farmer share* tertinggi (Asmarantaka 2012). Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran pada keempat saluran pemasaran di atas adalah kurang sebesar 5%, sehingga nilai efisiensi pemasaran pada empat saluran pemasaran tersebut dikatakan saluran pemasaran yang efisien. Dimana nilai efisiensi pada saluran I sebesar 3,84%, saluran II 4,69% dan saluran tiga sebesar

3,82%. Seluruh petani responden memilih menjual hasil panen bawang merah melalui pedagang. Hal tersebut disebabkan kurangnya modal yang dimiliki petani untuk melakukan aktivitas pemasaran, sehingga petani tersebut memilih menjual bawang merah ke pedagang yang dianggap lebih praktis.

### IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang rantai pasok bawang merah di wilayah Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 bentuk

saluran rantai pasok bawang merah di Wilayah Transmigrasi Koli yaitu: saluran I; petani – pedagang pengumpul lura kecamatan – konsumen, saluran II; petani, pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengecer- konsumen dan saluran III yaitu petani – pedagang besar –

konsumen. Saluran pemasaran pada alur rantai pasok bawang merah di Transmigrasi Koli merupakan saluran pemasaran yang efisien karena nilai efisiensi pada setiap saluran pemasaran <5%. Dimana nilai efisiensi pada saluran I sebesar 3,84%, saluran II 4,69% dan saluran III 3,82%.

## REFERENSI

- Abas Nafisa, Basuki, Fatmawati M, Mahmud Haris. 2022. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Petani Bawang Merah di Trans Tayawi Desa Koli Kecamatan Oba Kota Tidore Kepulauan*. Jurnal Agribisnis & Pembangunan Pertanian, Vol. 1, No.1 (2022): 33-42.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Asmarantaka, R.W. 2014. *Pemasaran Agribisnis*. IPB Press: Indonesia.
- Baharuddin, L., dan 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.
- Hidayatululloh, Rhina Uchyani dan Setyowati. 2022. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Bawang Merah Di Kabupaten Karanganyar*. AGRISTA : Vol. 10 No. 1 Maret 2022 : 93-106.
- Jumiati, Edkk, *Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. Jurnal AGRIFOR Volume XII No.1, Maret 2013.
- Koestiono, D., & Agil, A. 2010. *Analisis Efisiensi Pemasaran jeruk Manis*. Jurnal Agrise, 10 (1), 26–36.
- Kohls, R.L. and Uhl J.N. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. Macmillan Company. New York.
- Leppe E dan Karuntu M. 2019. *Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu di Kelurahan Bahu Manado*. Jurnal EMBA. Vol.7, No.1: 201– 210.
- Marimin dan Maghfiroh. 2010. *Aplikasi Teknik pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. IPB Press: Bogor.
- Marsaoly, H. A., Sangadji, S. S., & Sumartono, E. (2020). *Analisis Profitabilitas Usaha Tani Bawang Merah pada Unit Transmigrasi (Trans Koli)*. GRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian, 7(2), 142-151.
- Nabila, Baroleh dan Rumangit. 2023. *Analisis Rantai Pasok Komoditi Bawang Merah di Pasar Bersehati Kota Manado*. Volume 19 Nomor 3, September 2023 : 1395 – 1402.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.