

PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN PENGEMBANGAN USAHA PRODUK AGROBISNIS BAWANG MERAH

Totok Hendarto^{1*}, Yogantara S.D.²

¹Universitas dr. Soetomo Surabaya

²Universitas Internasional Semen Indonesia Gresik

Abstrak: Bawang merah (*Allium cepa var aggregatum*) sangat dikenal dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di Indonesia, digolongkan kedalam sayuran utama di masyarakat. dianggap komoditas agrobisnis unggulan karena memiliki fungsi dan manfaat sangat luas. Besarnya potensi pasar produk agrobisnis bawang merah tersebut, juga dirasakan Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh di Desa Baureno Kec. Jatirejo Kab. Mojokerto. Permasalahan pengembangannya meliputi (1) bidang manajemen usaha, (2) bidang keuangan, dan (3) bidang pemasaran. Solusi masalah di antaranya diversifikasi produk usaha, introdusir penggunaan alat pencacah produk usaha, dan teknik pengemasan. Metode digunakan adalah (1) penyampaian informasi dan pelatihan, (2) pendampingan dan simulasi agar didapatkan hasil produksi yang terbaik. Hasil menunjukkan penjualan bawang goreng lebih menguntungkan jika dibandingkan penjualan bawang merah mentah. Selisih keuntungannya sebesar Rp 7.000 per kilogramnya. Kemasan yang diminati adalah kemasan 100 gram, kemudian 50 gram, dan terakhir kemasan 150 gram. Penjualan bawang goreng, konsumen berkecenderungan menyukai rasa original jika dibandingkan bawang goreng tepung. Bawang goreng rasa original memberikan nilai keuntungan Rp 450 per bulannya dan bawang goreng tepung Rp 56.000.

Kata kunci: nilai tambah, pengembangan usaha, bawang merah

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Bawang merah di Indonesia sangat dikenal dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat, dan bawang merah yang bahasa Latinnya adalah (*Allium cepa var aggregatum*) bisa digolongkan ke dalam sayuran utama di masyarakat. Menurut The National Nutrient Database bawang merah mempunyai kandungan gula karbohidrat, protein asam lemak, dan mineral lainnya yang selalu diperlukan oleh tubuh. Bawang merah sendiri bisa dimasukkan ke dalam kelompok rempah-rempah tidak bersubstitusi dan memiliki fungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta dapat digunakan sebagai obat herbal (Waluyo dan Sinaga, 2015).¹⁾

Menurut Ida Nur Istina (2016), bawang merah dapat dianggap sebagai komoditas agrobisnis unggulan karena memiliki fungsi dan manfaat yang sangat luas. Permintaan akan bawang merah selalu meningkat dari waktu ke waktu sehingga memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi. Bawang merah juga seringkali di gunakan sebagai obat karena memiliki kandungan anti imflamasi, anti regenerasi dan anti bakteri.²⁾

Oleh karena banyaknya manfaat tersebut maka terlihat besarnya potensi pasar untuk produk agrobisnis bawang merah tersebut. Begitu juga yang dilakukan oleh Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh di Desa Baureno Kec. Jatirejo Kab. Mojokerto. Pada awal mula Bapak Arukhan dan Ibu Siti memulai dagang bawang merah

*Corresponding Author.
e-mail: thunitomo@gmail.com

pada tahun 2013 dan merupakan pelopor untuk berdagang bawang merah di Desa Baureno. Motivasi Bapak Arukhan dan Ibu Siti dalam berdagang bawang merah adalah untuk menambah dan menunjang ekonomi keluarga.

Produk agrobisnis bawang merah diyakini oleh Bapak Arukhan dan Ibu Siti sebagai komoditas yang menjanjikan dari waktu ke waktu karena semua lapisan masyarakat akan memerlukannya.

Usaha dagang Bapak Arukhan dan Ibu Maisaroh sangat sederhana, yaitu melakukan pembelian bawang merah yang bisa dilakukan di petani langsung ataupun di pedagang besar di luar Desa Baureno dan selanjutnya dikemas dalam bungkus plastik sederhana dan dipasarkan di Desa Baureno. Perilaku jual beli bawang merah Bapak Arukhan dan Ibu Siti seringkali disebut Mlijo oleh masyarakat pelanggannya, karena jual beli yang dilakukan masih dalam bentuk mentah dengan alasan simple dan tidak memerlukan investasi yang besar.

Seiring dengan Renstra Pengabdian Kepada Masyarakat (LPM) untuk Fase I target tahun 2018–2021 adalah dititikberatkan kepada peningkatan kemampuan wirausaha masyarakat mitra. Program pengabdian kepada masyarakat

seiring dengan tema program yang dicanangkan oleh PPM yaitu Program Ketahanan Pangan. Judul kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang di ajukan sesuai dengan tema kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dicanangkan oleh PPM Univeritas dr. Soetomo, yaitu Peningkatan Nilai Tambah dan Pengembangan Usaha produk Agrobisnis Bawang Merah Desa Baureno Kec. Jatirejo Kab. Mojokerto.

Pada Tabel 1 terlihat ketika pada tahun 2013 Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh mengawali usaha dagang bawang merah dengan omset hanya 150 kg untuk satu bulan, dengan rata-rata harga per kilogram nya mencapai Rp 15.000 dan menjualnya kembali dengan harga Rp 22.000. Begitu juga dengan tahun 2014 yang dilakukan tidak ada perubahan. Pada tahun 2015 Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh membenarkan diri untuk membesarkan usahanya sebesar dua kali lipat yaitu sebanyak 300 kg dalam satu bulan berdagang. Demikian seterusnya usaha dagang dan omsetnya semakin tahun semakin meningkat.

Pada awal-awal tahun usaha dagangnya Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh, tingkat kerusakan sungguh sangat tinggi yaitu sebesar 20 persen dari bobot berat bawang merah,

Tabel 1 Rata-Rata Volume Penjualan Produk Agrobisnis Bawang Merah Bpk. Arukhan dan Ibu Siti

No.	Tahun	Rata-Rata Pembelian (Bln)		Rata-Rata Penjualan (Bln)		Kerusakan/ Susut Berat (%)	Perlakuan
		Vol. (Kg)	Harga (Rp)	Vol. (Kg)	Harga (Rp)		
1	2013	150	15.000	120	22.000	20	Pembersihan
2	2014	150	15.000	120	22.000	20	Pembersihan
3	2015	300	18.000	255	25.000	15	Pembersihan
4	2016	350	18.000	300	25.000	15	Pembersihan
5	2017	400	20.000	360	30.000	10	Pengupasan
6	2018	400	22.000	360	30.000	10	Pengupasan
7	2019	450	25.000	405	35.000	10	Pengupasan

Sumber: Data Primer, 2020

 <p>PROVINSI JAWA TIMUR KABUPATEN MOJOKERTO</p> <p>NIK : 3516010706690004</p> <p>Nama : ARUKHAN Tempat/Tgl Lahir : MOJOKERTO, 07-06-1969 Jenis Kelamin : LAKI-LAKI Alamat : DUSUN KLETEN RT/RW : 001 / 004 Kev/Desa : BAURENO Kecamatan : JATIREJO Agama : ISLAM Status Perkawinan: KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan: WNI Berlaku Hingga : 07-06-2017</p> <p>MOJOKERTO 22-11-2012</p>	 <p>Two men are sitting on a red sofa. The man on the left is wearing a blue batik shirt and is giving a thumbs up. The man on the right is wearing a striped polo shirt.</p>
<p>Identitas Bapak Arukhan</p>	<p>Wawancara dengan Bapak Arukhan</p>
 <p>Two men are standing behind a counter filled with shallots. The man on the left is wearing a striped polo shirt and is holding a bowl. The man on the right is wearing a blue batik shirt and is giving a thumbs up.</p>	 <p>Two men are standing behind a counter filled with shallots. The man on the left is wearing a striped polo shirt and is holding a bowl. The man on the right is wearing a blue batik shirt and is giving a thumbs up.</p>
<p>Proses Penimbangan</p>	<p>Bawang Merah siap dijual</p>
 <p>Two men are standing in front of a shop. The man on the left is wearing a striped polo shirt and is holding a shallot. The man on the right is wearing a blue batik shirt and is giving a thumbs up.</p>	 <p>Two men are sitting on the floor in front of a shop. They are both wearing dark shirts and are holding boxes of shallots.</p>
<p>Di Depan Toko Bapak Arukhan</p>	<p>Di Depan Toko Bapak Arukhan</p>
 <p>Three people are sitting on a red sofa. The man on the left is wearing a dark batik shirt. The woman in the middle is wearing a light-colored batik shirt and a headscarf. The man on the right is wearing a striped polo shirt.</p>	 <p>A man is standing in a shop filled with shallots. He is wearing a dark batik shirt and is giving a thumbs up. There are several bags of shallots stacked in the background.</p>
<p>Bersama Bapak Arukhan dan Ibu Siti</p>	<p>Situasi Toko Bapak Arukhan</p>

Gambar 1 Survei Awal Bersama Bapak Arukhan dan Ibu Siti

Tabel 2 Kemasan, Total Penerimaan, Total Keuntungan, dan Wilayah Pemasaran

No.	Tahun	Kemasan	Total Biaya Pembelian (Rp/Bln)	Rata-Rata Penerimaan (Rp/Bln)	Rata-Rata Keuntungan (π) (Rp/Bln)	Wilayah Pemasaran
1	2013	Kantong plastik (1kg)	2.250.000	2.640.000	390.000	Dalam Desa
2	2014	Kantong plastik (1kg)	2.250.000	2.640.000	390.000	Dalam Desa
3	2015	Kantong plastik (1kg)	5.400.000	6.375.000	975.000	Dalam Desa
4	2016	Kantong plastik (1kg)	6.300.000	7.500.000	1.200.000	Dalam Desa
5	2017	Kantong plastik (1kg)	8.000.000	10.800.000	2.000.000	Dalam Kecamatan
6	2018	Kantong plastik (1kg)	8.800.000	10.800.000	2.000.000	Dalam Kecamatan
7	2019	Kantong plastik (1kg)	11.250.000	14.175.000	2.925.000	Dalam Kecamatan

Sumber: Data Primer, 2020

mungkin dikarenakan ada perlakuan pembersihan. Pada tahun 2017 sampai sekarang Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh memberanikan diri berdagang dengan melakukan pengupasan.

Selanjutnya profile usaha dagang bawang merah Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh tersaji pada Tabel 2.

Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh menjual bawang merah dengan kemasan kantong plastik hingga saat ini. Pada tahun 2013 sampai dengan 2016 Wilayah pemasaran bawang merah hanya melayani seputar desa. Pada tahun 2017 sampai dengan sekarang luas wilayah pemasaran mencakup beberapa desa dalam Kecamatan Jati-rejo. Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh berharap suatu saat nanti bisa melayani penjualan dengan wilayah yang lebih luas.

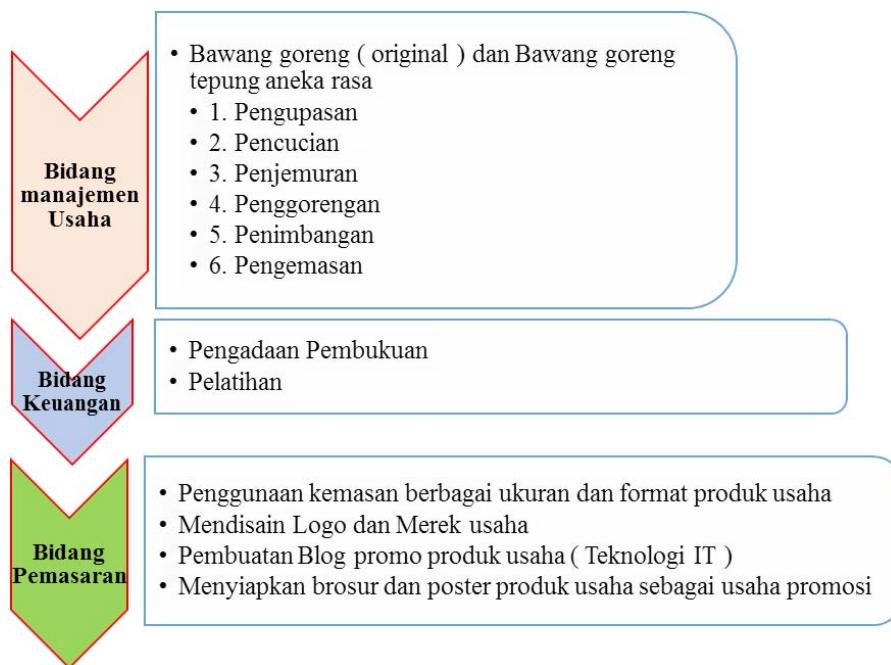
Total biaya perbulan pada tahun 2013 dan 2014 sebesar Rp 2.250.00 merupakan modal besar bagi Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh. Dengan modal itu tingkat keuntungan yang diperoleh hanya sebesar Rp 390.000 per bulan-

nya. Pada tahun 2015 Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh memberanikan diri untuk membesarkan usaha dagang bawang merah nya dengan bermodalkan Rp 5.400.000 yang memberikan keuntungan sebesar Rp 975.000 per bulannya. Keinginan untuk memperkuat permodalan usaha dagang bawang merah ini sampai dengan tahun 2019 mencapai Rp 11.250.00 yang memberikan tingkat keuntungan sebesar Rp 2.925.000 per bulannya. Bapak Arukhan dan Ibu Siti Maisaroh berharap suatu saat nanti dapat meningkatkan keuntungan yang lebih besar, meski dengan modal yang tidak terlalu besar.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan pelaksanaan pengembangan usaha bawang goreng sebagai berikut.

1. Pembentahan bidang manajemen usaha
2. Pengadaan dan penataan bidang keuangan
3. Perbaikan dan penggunaan IT untuk bidang pemasaran usaha



Gambar 2 Tahapan Pelaksanaan Pengembangan Usaha Bawang Goreng

Untuk pemberian bidang manajemen usaha dititikberatkan pada peningkatan nilai tambah hasil produk yaitu berupa bawang goreng. Selama ini mitra lebih bertumpu kepada penjualan secara langsung dalam bentuk bawang mentah. Memang masih mendapatkan untung usaha akan tetapi sangat kecil. Dengan peningkatan perlakuan menjadi bawang goreng maka diharapkan mendapat nilai keuntungan yang lebih besar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bidang Manajemen Usaha

Pada awal-awal produksi yaitu di bulan Maret, mitra mampu menjual sebanyak 6 kg bawang goreng rasa original dengan harga Rp 150.000 sehingga total nilai penjualan sebesar Rp 900.000. Pada bulan berikutnya mampu menjual 8 kg bawang goreng rasa original. Pada bulan Mei mampu menjual 10 kg dan bulan

Tabel 3 Jumlah Penjualan Bawang Goreng Ori dan Bawang Goreng Tepung per Bulan

No.	Bulan	BG Ori			BG Tepung			Total Produksi	
		Kg	Sat Rp (000)	Total Rp (000)	Kg	Sat Rp (000)	Total Rp (000)	Kg	Total Rp (000)
1	Maret	6	150	900	1	100	100	7	1.000
2	April	8	150	1.200	1	100	100	9	1.300
3	Mei	10	150	1.500	2	100	200	12	1.700
4	Juni	12	150	1.800	2	100	200	14	2.000
Total		36	150	5.400	6	100	600	42	6.000
Rata 2		9	150	1.350	1.5	100	150	10.5	1.500

Sumber: Data Primer, 2020.

Catatan: BG = Bawang Goreng

Tabel 4 Struktur Total Penerimaan, Total Biaya dan Tingkat Keuntungan Produksi Bawang Goreng Ori dan Bawang Goreng Tepung per Bulan

No.	Bulan	BG Ori			BG Tepung			Total Keuntungan (π) Rp (000)
		TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)	TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)	
1	Maret	900	600	300	100	62,5	37,5	337,5
2	April	1.200	800	400	100	62,5	37,5	437,5
3	Mei	1.500	1.000	500	200	125	75	575,0
4	Juni	1.800	1.200	600	200	125	75	765,0
Total		5.400	3.600	1.800	600	375	75	1.875
Rata 2		1.350	900	450	150	94	56	506

Sumber: Data Primer, 2020

Juni sebanyak 12 kg. Untuk penjualan bawang goreng tepung pada bulan Maret dan April mampu menjual hanya 1 kg dengan harga Rp 100.000 dan pada bulan Mei dan Juni mampu menjual 2 kg.

Total produksi bawang goreng selama 4 bulan mencapai 42 kg dengan total nilai sebesar Rp 6.000.000. Total produksi yang terjual 42 kg itu terdiri dari 36 kg bawang goreng original dengan total nilai sebesar Rp 5.400.000 dan 6 kg bawang goreng tepung dengan total nilai sebesar Rp 600.000.

Total produksi bawang goreng yang terjual pada bulan Maret mencapai 7 kg dengan total nilai produksi sebesar Rp 1.000.000. Untuk bulan April yang terjual mencapai 9 kg dengan total nilai sebesar Rp 1.300.000 berarti terjadi peningkatan sebesar 28,6%. Penjualan bulan Mei terjadi peningkatan sebesar 33,3% dengan total nilai pen-

jualan sebesar Rp 1.700.000 dan bulan Juni terjadi peningkatan sebesar 16,7 % dengan total nilai penjualan sebesar Rp 2.000.000.

3.2 Bidang Keuangan

Pada Tabel 4 terlihat bahwa keuntungan penjualan bawang goreng per bulannya rata-rata mencapai Rp 450.000 dengan penjualan rata-rata sebanyak 9 kg per bulan. Sedangkan untuk penjualan bawang goreng tepung keuntungan penjualan bawang goreng per bulannya rata-rata hanya Rp 56.000 dengan penjualan rata-rata sebanyak 1.5 kg per bulan. Hal ini bisa dimengerti karena produksi dan penjualan bawang goreng dalam bentuk sudah siap dikonsumsi merupakan hal baru bagi lingkungan sekitar sehingga dirasa perlu waktu untuk menyosialisasikan produk baru tersebut.

Tabel 5 Perbandingan Biaya Bawang Goreng Ori dan Tepung per Bulan

No.	Rata-Rata Penjualan	Bawang Mentah			Bawang Goreng			Total Nilai Keuntungan (π) Rp (000)
		TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)	TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)	
1	2017	10.800	8.000	2.800	--	--	--	2.800
2	2018	10.800	8.800	2.000	--	--	--	2.000
3	2019	14.175	11.250	2.925	--	--	--	2.925
4	2020	14.700	12.150	2.025	18.000*	12.600	5.400	7.425

Sumber: Data Primer, 2020

Catatan: * = Nilai estimasi berjualan selama 1 tahun

Tabel 6 Profile Perbandingan Bawang Mentah dan Bawang Goreng

No.	Bentuk Penjualan	Bawang Mentah				Bawang Goreng			
		Kg	TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)	Kg	TR Rp (000)	TC Rp (000)	π Rp (000)
1	Selama th. 2020	450	14.175	11.250	2.895	42	18.000*	12.600	5.400
2	Rata-rata/bln.	37,5	1.181,5	937,5	168,75	3,5	1.500	1.050	450
3	Rasio (kg)		31,50	25	4,89		428,57	300	12

Sumber: Data Primer, 2020

Pada Tabel 5 terlihat bahwa dari tahun 2017, nilai keuntungan yang diperoleh selama berdagang bawang merah mentah adalah sebesar Rp 2.800.000 begitu juga dengan tahun 2018. Sedangkan pada tahun 2019 nilai keuntungan yang diperoleh selama berdagang bawang merah mentah adalah sebesar Rp 2.925.000. Pada tahun 2020 ada perubahan mendasar yaitu menggabungkan penjualan seperti tahun-tahun sebelumnya dengan penjualan secara lebih menarik dengan memberikan perlakuan berupa nilai tambah yaitu bawang goreng. Penjualan secara tradisional atau konvensional mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.025.000 dan penjualan bawang goreng adalah sebesar Rp 5.400.000.

Pada tabel 6 terlihat profile perbandingan antara penjualan bawang mentah dengan penjualan bawang goreng, selama periode tahun 2020 menunjukkan adanya perbedaan. Untuk penjualan bawang merah mentah mampu menjual sebanyak 450 kg dengan nilai penerimaan sebesar

Rp 14.175.000 dengan biaya produksi sebesar Rp 11.250.000 sehingga mendapatkan nilai keuntungan sebesar Rp 2.895.000. Sedangkan untuk penjualan bawang merah goreng mampu menjual sebanyak 42 kg dengan nilai penerimaan sebesar Rp 18.000.000 dengan biaya produksi sebesar Rp 12.600.000 sehingga mendapatkan nilai keuntungan sebesar Rp 5.400.000. Jika dibandingkan nilai keuntungan antara penjualan bawang merah mentah dengan bawang merah goreng untuk per satu kilogramnya, maka pada bawang merah mentah menghasilkan nilai keuntungan sebesar Rp 4,890 sedangkan untuk penjualan bawang merah goreng memberikan keuntungan sebesar Rp 12.000. Yang berarti bahwa nilai keuntungan penjualan bawang merah goreng sebesar 266 %.

3.3 Bidang pemasaran Usaha

Pada Tabel 7 terlihat bahwa pada bawang goreng rasa original kemasan terbanyak terjual

Tabel 7 Macam Kemasan Penjualan Bawang Goreng, Selama 4 Bulan

No.	Kemasan (Gr)	BG Ori			BG Tepung			Total Produksi	
		Kg	Sat Rp (000)	Total Rp (000)	Kg	Sat Rp (000)	Total Rp (000)	Kg	Total Rp (000)
1	50	14,5	150	2.175	0,5	100	50	15,0	2.250
2	100	17,0	150	2.550	2,5	100	250	19,5	2.800
3	150	4,5	150	675	3,0	100	300	7,5	975
Total		36,0	150	5.400	6,0	100	600	42	6.000
Rata-rata		9,0	150	1.350	1,5	100	150	10,5	1.500

Sumber: Data Primer, 2020



Gambar 3 Produk Bawang Goreng

kemasan 100 gr sebesar 17 kg dengan total nilai Rp 2.550.000, ranking kedua adalah dengan kemasan 50 gr dengan total nilai Rp 2.175.000 dan yang paling sedikit adalah dengan kemasan 150 gr dengan total nilai Rp 675.000.

Sedangkan untuk bawang goreng rasa tepung kemasan terbanyak yang terjual adalah kemasan 150 gr yaitu sebesar 3 kg dengan total nilai Rp 300.000, ranking kedua adalah dengan kemasan 100 gr dengan total nilai Rp 250.000 dan yang paling sedikit adalah dengan kemasan 50 gr dengan total nilai Rp 50.000.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis pengabdian masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi, Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi, Bapak Rektor dan Ibu Ketua LPM Universitas dr. Soetomo. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak Arukhan dan Ibu Siti sebagai usaha ketua kelompok agrobisnis bawang merah

di Desa Baureno Kec. Jatirejo Kab. Mojokerto, serta semua civitas akademik Universitas Dr Soetomo yang telah memberikan sumbangan baik moril maupun spiritual sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan baik.

5. KESIMPULAN

1. Penjualan bawang goreng lebih menguntungkan dibandingkan penjualan bawang merah mentah. Selisih keuntungannya Rp 7.000 per kilogramnya.
2. Kemasan yang diminati adalah kemasan 100 gram, kemudian 50 gram dan terakhir kemasan 150 gram.
3. Untuk penjualan bawang goreng, konsumen berkecenderungan menyukai rasa original jika dibandingkan dengan bawang goreng tepung.
4. Bawang goreng rasa original memberikan nilai keuntungan sebesar Rp 450 per bulannya dan bawang goreng tepung hanya sebesar Rp 56.000.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Dewi, K. H., Nusril, Helmiyetti, Rosalina, Y., & Sarumpaet, P. (2013). Analisis nilai tambah kopi teripang jahe pra campur saset. *Jurnal Agrisep: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(2), 209–216.
- Donovan, J., Franzel, S., Cunha, M., Gyau, A., & Mithöfer, D. (2015). Guides for value chain development: a comparative review. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 5(1), 2–23. <https://doi.org/10.1108/JADEE-07-2013-0025>.
- Febrina, K., Sinulingga, S., & Napitupulu, H. (2017). Performance measurement in the agro-industrial supply chain of passion fruit syrup in North Sumatera Province. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering*, 14(5), 46–55.
- Ida Nur Istina. (2016). Peningkatan Produksi Bawang Merah melalui Teknik Pemupukan NPK. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Riau. *Jurnal Agro*, Vol. III, No. 1, Juli 2016.
- Kementerian Keuangan. (2012). *Laporan Kajian Nilai Tambah Produk Pertanian*. Jakarta.
- Kustiari, R. (2012). Analisis Nilai Tambah dan Imbalan Jasa Faktor Produksi Pengolahan Hasil Pertanian. In *Prosiding Seminar Nasional “Petani dan Pembangunan Pertanian”* (pp.75–85). Bogor: Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Kusuma, P. T. W. W. K. & Mayasti, N. K. I. (2014). Analisa kelayakan finansial pengembangan usaha produksi komoditas lokal: Mie berbasis jagung. *Agritech*, 34(2), 194–202.
- Mehran, Kesumawati E., Sufardi. 2016. Pertumbuhan dan hasil beberapa varietas bawang merah (*Allium ascalonicum* L) pada tanah aluvial akibat pemberian berbagai dosis pupuk NPK. *J. Floratek*, 11 (2): 117-133.
- Putri M., Rosita S., Sinuraya M. 2012. Pertumbuhan dan produksi bawang merah (*Allium ascalonicum* L.) dengan pemberian vermicompos dan urine domba. *Jurnal Online Agoteknologi*, 1(1): 124-138.
- Rachmat, M. (2013). Perspektif Pengembangan Industri Pengolahan Pangan di Indonesia. In *Diversifikasi Pangan dan Transformasi Pembangunan Pertanian*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Sitepu B. H., Ginting S., & Mariati. (2013). Respons pertumbuhan dan produksi bawang merah (*Allium ascalonicum* L. var. Tuk Tuk) asal biji terhadap pemberian pupuk kalium dan jarak tanam. *Jurnal Online Agroekoteknologi* 1 (3).
- Tim Tropical Plant Curriculum. (2012). *Tanaman Obat Herba Berakar Rimpang*. Bogor: SEAFAST Center Institut Pertanian Bogor.
- Vedashree, M., Pradeep, K., Ravi, R., & Madhava, N. M. (2016). Turmeric spent flour: Value addition to breakfast food. *International Journal of Nutritional Sciences*, 1(2), 1–5.
- Waluyo Nurmalita dan Rismawita Sinaga. 2015. Bawang Merah yang Dirilis oleh Balai Penelitian Sayuran. *Iptek Tanaman Sayuran*, No. 004, Januari 2015. Tanggal diunggah 21 Januari 2015.