

ABSTRAK

NASRI. 105960094511. Rantai Nilai Pada Pemasaran Bawang Merah (Study Kasus Pada Pedagang Bawang Merah di Pasar Terong Kota Makassar) di bawah bimbingan **SYAFIUDDIN** dan **RENI FATMASARI**.

Penelitian ini telah dilaksanakan di Pasar Terong Kecamatan Bontoala Kota Makassar. Lokasi yang dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut merupakan sentra penjualan bawang merah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rantai nilai pemasaran bawang merah di Pasar Terong Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling. Dalam teknik ini pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian dan pemahaman kepada pemasalahan yang diteliti jumlah. Sampel akan berkembang (snow ball) sampai informasi yang dibutuhkan mencukupi penarikan sampel snow ball melalui beberapa tahap. Tahap pertama mengidentifikasi seseorang yang kita anggap sebagai informan yang memenuhi syarat yaitu orang yang mengetahui sebagai informan pertama kemudian tahap wawancara informan yang kedua dengan tujuan untuk membandingkan pemahaman antara informan pertama dan kedua.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai rantai nilai pemasaran pada pedagang bawang merah di Pasar Terong adalah terdapat nilai tambah pada setiap kelembagaan yakni, Rp. 200.000 untuk setiap pemrosesan untuk pemasok, pada pedagang besar dengan kisaran 200.000.-300.000/kg tingkat pengecer 2000/1 kg dan pada industri bawang goreng 3.500 untuk setiap toples bawang goreng.

Kata Kunci : Rantai Nilai, Pemasaran, Bawang Merah