

**HUBUNGAN INTEGRASI PASAR TERHADAP EFISIENSI PEMASARAN  
BAWANG MERAH (*Allium cepa L.*)  
(Kasus di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces, Kabupaten  
Probolinggo)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**ILHAM FIKRI ASMARAYUDA**



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2017**

HUBUNGAN INTEGRASI PASAR TERHADAP EFISIENSI PEMASARAN  
BAWANG MERAH (*Allium cepa L.*)  
(Kasus di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces, Kabupaten Probolinggo)



Oleh:

Ilham Fikri Asmarayuda

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S-1)

UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
MALANG

2017

## **PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dari dosen pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 2017

Ilham Fikri Asmarayuda

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Hubungan Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran Bawang Merah

*(Allium cepa L.)*

(Studi Kasus di Kabupaten Probolinggo)

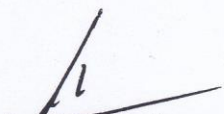
Oleh :

Nama Mahasiswa : Ilham Fikri Asmarayuda  
NIM : 135040101111230  
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian  
Program Studi : Agribisnis

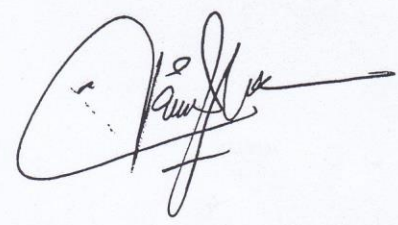
Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

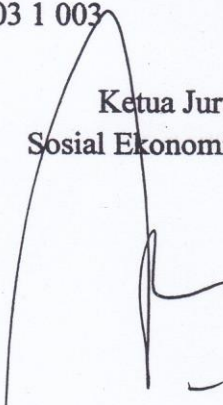


Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS  
NIP. 19550327 198103 1 003



Destyana Ellingga P, SP., MP., MBA.  
NIP. 198712242015042004

Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.  
NIP. 197704202005011001

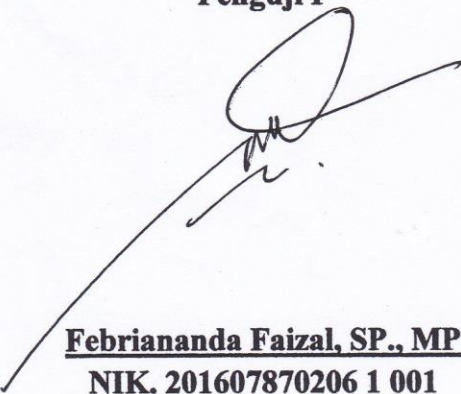
Tanggal persetujuan :

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Mengesahkan**

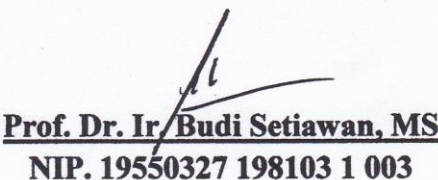
**MAJELIS PENGUJI**

**Penguji I**



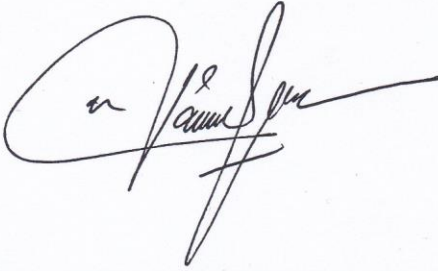
**Febriananda Faizal, SP., MP**  
**NIK. 201607870206 1 001**

**Penguji II**



**Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS**  
**NIP. 19550327 198103 1 003**

**Penguji III**



**Destyana Ellingga P, SP., MP., MBA.**  
**NIP. 198712242015042004**

Taanggal lulus.:

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada Ibu dan Ayah tercinta, sebagai motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah lelah mendoakan dan menyayangiku, Kakak dan Adikku tercinta yang selalu mendukung dan mendoakanku tak pernah cukup ku membalas cinta kalian padaku. Menyelesaikan apa yang sudah di mulai dan memulai apa yang harus diselesaikan...

**”Cintailah Allah dengan Doa dan terus berusaha mendekatkan diri pada Allah, maka senantiasa Allah akan memberikan lebih pada kita”**

By : Ilham Fikri Asmarayuda

## LEMBAR PERUNTUKAN

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua dan adik dan kakak tercinta yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
4. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS dan Ibu Destyana Ellingga P., SP., MP, MBA selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan, nasehat, kesabaran, serta bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada segenap dosen dan seluruh staff akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada sahabat seperjuangan yang tak bisa kusebutkan satu persatu terimakasih telah menjadi sahabat terbaik bagi peneliti yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta doa hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Malang, Desember 2017

Peneliti

## RINGKASAN

**ILHAM FIKRI ASMARAYUDA. 135040101111230. Hubungan Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Probolinggo. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS dan Destyana Ellingga P, SP., MP., MBA.**

---

Kabupaten probolinggo sebagai salah satu sentra penghasil bawang merah terbesar di Jawa Timur setelah Nganjuk terus mengalami peningkatan produksi. Namun kebutuhan konsumen yang terus meningkat menyebabkan harga bawang merah yang terus mengalami fluktuasi di pasar. Tercatat pada tahun 2015 tepatnya pada bulan November harga bawang merah Rp. 15.320/kg, namun mengalami peningkatan yang sangat tinggi di tahun 2016 yaitu pada bulan April bawang merah bisa mencapai hingga Rp. 36.695/kg. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi bawang merah terus terjadi di berbagai daerah khususnya di Kabupaten Probolinggo.

Perkembangan dan pertumbuhan usaha pertanian saat ini termasuk bawang merah masih perlu ditingkatkan karena potensinya yang sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha bawang merah merupakan suatu lembaga ekonomi, maka harus dapat menerapkan bisnis dan manajemen dengan baik dalam pengelolaannya agar berhasil dalam usahanya. Kebijakan pemasaran menjadi salah satu unsur paling penting karena pemasaran merupakan ujung tombak yang menentukan keberhasilan dan kemajuan suatu usaha. Saluran distribusi merupakan media sangat baik untuk menyebarluaskan produk, sehingga dapat mencapai pasar yang efektif dan efisien.

Pada strategi pemasaran bawang merah ini diharapkan sistem pemasaran yang efisien, yang mana sistem pemasaran yang efisien akan membuat keuntungan bagi produsen maupun konsumen. Maksud dari sistem pemasaran yang efisien adalah pedagang menjual hasil-hasil pertanian kepada konsumen dengan harga serendah mungkin dan berlaku adil kepada konsumen, adil dalam arti pengorbanan yang dikeluarkan harus setara dengan keuntungan yang diterima, missal dengan harga yang dibayar konsumen untuk membeli bawang merah, konsumen berhak untuk mendapatkan bawang merah dengan kualitas dan kuantitas yang diharapkan oleh konsumen.



Tingkat kepercayaan korelasi tersebut adalah 99% dengan  $\alpha = 0,01$  (1%). Dari tabel diatas diperoleh korelasi pearson sebesar 0,818, artinya terdapat hubungan antara integrasi pasar yang menggunakan VECM (*Vector Error Correction Model*) dengan efisiensi pemasaran yang menggunakan margin pemasaran. Hubungan korelasi antara integrasi pasar dan efisiensi pemasaran antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces adalah sangat kuat yang ditunjukkan dengan nilai korelasi mendekati 1. Tanda positif menunjukkan bahwa korelasi yang terjadi antara integrasi pasar dengan efisiensi pemasaran di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces adalah hubungan yang berbanding lurus artinya semakin suatu pasar terintegrasi dalam jangka panjang, maka semakin efisien pemasaran bawang merah di Kabupaten Probolinggo.

## SUMMARY

**ILHAM FIKRI ASMARAYUDA. 13504010111230. The Influence of Market Integration on the Efficiency of Onion Marketing in Probolinggo District. Under the guidance. Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS and Destyana Ellingga P, SP., MP., MBA.**

---

Probolinggo regency as one of the largest onion producing centers in East Java after Nganjuk continue to increase production. But the increasing consumer demand causes the onion price to continue fluctuating in the market. Recorded in 2015 precisely in November the price of onion Rp. 15.320 / kg, but experienced a very high increase in the year 2016 in April the onion can reach up to Rp. 36.695 / kg. This shows that onion fluctuations continue to occur in various regions, especially in Probolinggo regency.

The development and growth of current agricultural enterprises including onion still need to be improved because of its enormous potential in improving people's welfare. Onion business is an economic institution, it must be able to apply business and management well in the management to succeed in his business. Marketing policy becomes one of the most important elements because marketing is the spearhead that determines the success and progress of a business. Distribution channels are good media to disseminate products, so as to achieve an effective and efficient market.

On the onion marketing strategy is expected an efficient marketing system, which efficient marketing system will make a profit for producers and consumers. The purpose of an efficient marketing system is that the merchant sells the agricultural produce to the consumer at the lowest possible price and fair to the consumer, fair in the sense that the sacrifice must be equal to the profit received, for example the price paid by consumers to buy shallots, the consumer right to get red onion with quality and quantity expected by consumer.

The correlation confidence level is 99% with  $\alpha = 0.01$  (1%). From the above table, the correlation of Pearson is 0.818, meaning that there is a relationship between market integration using VECM (Vector Error Correction Model) with marketing efficiency using marketing margin. The correlation relationship between market integration and marketing efficiency between District Dringu and

Kecamatan Leces is very strong which is indicated by correlation value close to 1. The positive sign indicates that the correlation between market integration and marketing efficiency in Kecamatan Dringu and Kecamatan Leces is a relationship that is directly proportional to the more an integrated market in the long term, the more efficient the marketing of shallots in Probolinggo regency.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Probolinggo”. Hasil dari kajian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi para pelaku pasar terkait kondisi penerapan manajemen integrasi pasar dan pemasaran bawang merah, peluang dan permasalahan yang dihadapi serta evaluasi pengembangan yang dapat dilakukan.

Penelitian ini dilaksanakan dengan segala keterbatasan yang ada, kajian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan usaha bawang merah di Kabupaten Probolinggo dan pelaku yang terkait dalam pemasaran bawang merah. Kajian ini merupakan hasil maksimal yang dapat dikerjakan oleh penulis. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk membangun dan sebagai bahan evaluasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik di masa yang akan datang.

Malang, Desember 2017

Penulis

## **RIWAYAT HIDUP**

ILHAM FIKRI ASMARAYUDA, dilahirkan di Denpasar, Bali pada hari Jumat tanggal 26 Mei 1995. Peneliti merupakan anak kedua dari empat bersaudara pasangan Sugiantoro dan Idawati. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri 4 Melaya di Kecamatan Melaya Kabupaten Jembrana pada tahun 2007. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Melaya Kecamatan Melaya dan tamat pada tahun 2010 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Melaya dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun 2013 peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, di Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dengan Program Studi Agribisnis.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Pasar .....	11
2.2.1 Definisi Pasar dan Pemasaran .....	11
2.2.2 Keseimbangan Pasar .....	12
2.2.3 Tujuan Pemasaran .....	13
2.2.4 Kegunaan Pemasaran .....	13
2.3 Integrasi Pasar .....	14
2.3.1 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Integrasi Pasar .....	17

2.3.2 Jenis –jenis Integrasi Pasar.....	18
2.4 Harga .....	18
2.4.1 Pengertian Harga .....	18
2.5 Strategi Pemasaran .....	19
2.6 Saluran Distribusi .....	19
2.6.1 Fungsi – fungsi Saluran Distribusi .....	20
2.6.2 Bentuk – bentuk Saluran Distribusi .....	21
2.7 Biaya Pemasaran .....	22
2.8 Efisiensi Pemasaran dengan Pendekatan Margin Pemasaran.....	22
2.9 Model VECM ( <i>Vector Error Correction Model</i> ).....	23

### **III. KERANGKA PEMIKIRAN**

3.1 Kerangka Konsep Pemikiran .....	26
3.2 Hipotesis Penelitian .....	30
3.3 Batasan Masalah .....	30
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30

### **IV. METODE PENELITIAN**

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waku Penelitian .....	32
4.2 Metode Penentuan Sampel .....	32
4.2 Metode Pengumpulan Data .....	33
4.4 Metode Analisis Data .....	34
4.3.1 Uji Kestasioneran Data ( <i>Augmented Dickey Fuller</i> ).....	34
4.3.2 Uji Lag Optimal .....	35
4.3.3 Uji Kointegrasi .....	36
4.3.4 Uji Kausalitas Granger .....	36
4.3.5 Uji VECM ( <i>Vector Error Correction Model</i> ).....	36
4.3.6 Analisis Margin Pemasaran.....	38

### **V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Gambaran Umum Kabupaten Probolinggo .....	40
5.1.1 Kondisi Geografis .....	40
5.1.2 Gambaran Umum Usahatani Bawang Merah.....	40
5.2 Karakteristik Responden .....	42

5.2.1 Karakteristik Petani Kecamatan Dringu dan Leces.....	42
5.2.2 Karakteristik Pedagang Bawang Merah Kab. Probolinggo .....	45
5.3 Analisis Data Deskriptif .....	45
5.3.1 Uji Stasioner Data .....	46
5.3.2 Uji Kointegrasi .....	48
5.3.3 Uji Kausalitas Granger .....	50
5.3.4 Uji VECM ( <i>Vector Error Correction Model</i> ).....	51
5.3.5 Hasil Analisis IRF ( <i>Impulse Response Function</i> ) .....	66
5.6 Saluran Pemasaran .....	69
5.6.1 Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Dringu .....	69
5.6.2 Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Leces .....	70
5.7 Margin Pemasaran .....	70
5.8 Pengaruh Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran .....	82
<b>VI. PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan .....	84
6.2 Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	86



## DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
Tabel 1.	Karakteristik Responden Petani Bawang Merah di Desa Pabean Kecamatan Dringu .....	41
Tabel 2.	Karakteristik Responden Petani Bawang Merah di Desa Clarak Kecamatan Leces .....	42
Tabel 5.1	Uji Stasioneritas Data Harga Bawang Merah Pedagang pada <i>level</i> dengan <i>ADF test</i> .....	45
Tabel 5.2	Uji Stasioneritas Data Harga Bawang Merah Petani pada <i>level</i> dengan <i>ADF test</i> .....	45
Tabel 5.3	Hasil Uji Kointegrasi pada Data Harga Bawang Merah Pedagang di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	46
Tabel 5.4	Hasil Uji Kointegrasi pada Data Harga Bawang Merah Petani di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	47
Tabel 5.5	Hasil Uji Kausalitas di Tingkat Pedagang dengan Metode <i>Granger test</i> .....	48
Tabel 5.6	Hasil Uji Kausalitas di Tingkat Petani dengan Metode <i>Granger test</i> .....	49
Tabel 5.7	Hasil Uji Vecm jangka panjang di Tingkat Pedagang Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	50
Tabel 5.8	Hasil Uji Vecm jangka pendek di Tingkat Pedagang Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	51
Tabel 5.9	Hasil Uji Vecm jangka panjang di Tingkat Petani Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	53
Tabel 5.10	Hasil Uji Vecm jangka pendek di Tingkat Petani Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	54

Tabel 5.11 Hasil Uji Vecm vertikal jangka panjang antara pedagang di Kecamatan Dringu dengan petani di Kecamatan Leces .....	56
Tabel 5.12 Hasil Uji Vecm vertikal jangka pendek antara pedagang di Kecamatan Dringu dengan petani di Kecamatan Leces .....	57
Tabel 5.13 Hasil Uji Vecm vertikal jangka pendek antara pedagang di Kecamatan Leces dengan petani di Kecamatan Dringu .....	59
Tabel 5.14 Hasil Uji Vecm vertikal jangka panjang antara pedagang di Kecamatan Dringu dengan petani di Kecamatan Dringu .....	60
Tabel 5.15 Hasil Uji Vecm vertikal jangka pendek antara pedagang di Kecamatan Dringu dengan petani di Kecamatan Dringu .....	62
Tabel 5.16 Hasil Uji Vecm vertikal jangka panjang antara pedagang di Kecamatan Leces dengan petani di Kecamatan Leces .....	64
Tabel 5.17 Hasil Uji Vecm vertikal jangka pendek antara pedagang di Kecamatan Leces dengan petani di Kecamatan Leces .....	65
Tabel 5.18 Margin Distribusi di Kecamatan Dringu saluran pertama.....	72
Tabel 5.19 Margin Distribusi di Kecamatan Dringu saluran kedua.....	74
Tabel 5.20 Margin Distribusi di Kecamatan Dringu saluran ketiga.....	75
Tabel 5.21 Margin Distribusi di Kecamatan Dringu saluran keempat.....	77
Tabel 5.22 Margin Distribusi di Kecamatan Leces saluran pertama.....	78
Tabel 5.23 Margin Distribusi di Kecamatan Leces saluran kedua.....	80
Tabel 5.24 Pengaruh Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran.....	82

## DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
Gambar 1.	Kerangka Konsep Pemikiran Pengaruh Integrasi Pasar Terhadap Strategi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Probolinggo ....	27
Gambar 2.	Hasil dari <i>Impulse Respons Function</i> Pedagang.....	67
Gambar 3.	Hasil dari <i>Impulse Respons Function</i> Petani.....	68
Gambar 4.	Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Dringu .....	69
Gambar 5.	Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Leces .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Teks	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian .....	89
Lampiran 2.	Indentitas Responden Kecamatan Dringu di Desa Pabean .....	91
Lampiran 3.	Indentitas Responden Kecamatan Leces di Desa Clarak .....	92
Lampiran 4.	Uji Stasioneritas Data Harga Bawang Merah Pedagang pada <i>level</i> dengan <i>ADF test</i> .....	92
Lampiran 5.	Uji Stasioneritas Data Harga Bawang Merah Petani pada <i>level</i> dengan <i>ADF test</i> .....	93
Lampiran 6.	Hasil Uji Kointegrasi pada Data Harga Bawang Merah Pedagang di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	93
Lampiran 7.	Hasil Uji Kointegrasi pada Data Harga Bawang Merah Petani di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	94
Lampiran 8.	Hasil Uji Kointegrasi pada Data Harga Bawang Merah Petani di Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	94
Lampiran 9.	Hasil Uji Kausalitas di Tingkat Petani dengan Metode <i>Granger test</i> .....	94
Lampiran 10.	Hasil Uji VECM Jangka Panjang di Tingkat Pedagang Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	95
Lampiran 11.	Hasil Uji VECM Jangka Pendek di Tingkat Pedagang Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	95
Lampiran 12.	Hasil Uji VECM Jangka Panjang di Tingkat Petani Antara Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	96
Lampiran 13.	Hasil Uji Vecm Jangka Panjang di Tingkat Petani Antara Kecamatan Dringu dan Kecamtan Leces .....	96
Lampiran 14.	Hasil <i>Impulse Response Function</i> di tingkat pedagang di Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	97

Lampiran 15. Hasil <i>Impulse Response Function</i> di tingkat petani di Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Dringu dan Kecamatan Leces .....	97
Lampiran 16. Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Dringu .....	98
Lampiran 17. Saluran Pemasaran Bawang Merah di Kecamatan Leces .....	98
Lampiran 18. Margin Distribusi di Kecamatan Dringu .....	99
Lampiran 19. Margin Distribusi di Kecamatan Dringu .....	100
Lampiran 20. Margin Distribusi di Kecamatan Dringu .....	101
Lampiran 21. Margin Distribusi di Kecamatan Dringu .....	102
Lampiran 22. Margin Distribusi di Kecamatan Leces .....	103
Lampiran 23. Margin Distribusi di Kecamatan Leces .....	104
Lampiran 24. Pengaruh Integrasi Pasar Terhadap Efisiensi Pemasaran .....	104