

## ABSTRAK

Bawang merah berkelanjutan hampir tidak tersedia di pasar lokal Yogyakarta, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orientasi pasar dalam rantai nilai bawang merah semi-organik. Mengambil lokasi lahan marjinal di Selopamioro, Kabupaten Bantul, Yogyakarta, studi ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan di sepanjang rantai, termasuk tiga kelompok tani kecil yaitu Lestari Mulyo, Sekar Mulyo, dan Bumi Mukti. Data sosial ekonomi dikumpulkan melalui sensus sedangkan data rantai nilai diperoleh melalui snowball sampling. Melalui scoring, orientasi pasar dari rantai nilai menunjukkan kinerja yang baik. Melalui pendekatan Indeks Orientasi Pasar, petani berorientasi pada pasar. Model Tobit diterapkan dalam mengidentifikasi determinan orientasi pasar petani. Bagi Lestari Mulyo dan Sekar Mulyo, pendidikan dan kepemilikan tanah berkorelasi positif dengan orientasi pasar sedangkan tenaga kerja keluarga dan jarak ke pasar berkorelasi negatif. Di Bumi Mukti, luas lahan berkorelasi positif dengan orientasi pasar sedangkan usia dan kepemilikan lahan berkorelasi negatif. Hasil analisis rantai nilai menggambarkan proses inti, pelaku, aktivitas, dan keterlibatan pendukung, dengan E-commerce menghasilkan keuntungan pasar tertinggi, meskipun masih belum berkembang. Analisis PESTEC lebih lanjut menunjukkan bahwa produksi bukanlah masalah utama petani, tetapi pemasaran, karena ketergantungan yang tinggi pada penebas dan kategori penjualan konvensional. Rantai nilai cukup berkelanjutan untuk dimensi ekonomi dan sosial, sementara berkelanjutan untuk dimensi lingkungan. Rekomendasi lebih lanjut menyoroti pendekatan triple helix dalam memperkuat kolaborasi rantai.

**Kata kunci:** orientasi pasar, PESTEC, bawang merah berkelanjutan, Tobit, rantai nilai

## ABSTRACT

Sustainable shallot is scarcely available at Yogyakarta local market, therefore this study aims to analyze market orientation within semi-organic shallot value chain. Taking sites marginal land in Selopamioro, Bantul Regency, Yogyakarta, the study involves multi-stakeholders along the chain, including three smallholder farmer groups i.e. Lestari Mulyo, Sekar Mulyo, and Bumi Mukti. Socio economic data is collected through census while value chain data is obtained through snowball sampling. By scoring, market orientation of value chain shows good performance. Through Market Orientation Index approach, farmers are market oriented. Tobit model is applied in identifying farmer market orientation determinant. For Lestari Mulyo and Sekar Mulyo, education and land ownership positively correlate with market orientation while family labour and distance to market shows negative correlation. Within Bumi Mukti, area positively correlates with market orientation while age and land ownership shows negative correlation. Value chain analysis results description of core process, actors, activities, and enablers involvement, with E-commerce earns the highest market profit, although still under developed. Further PESTEC analysis shows production is not farmer major issue, but marketing, due to high dependency to standing crop buyer and conventional sales category. Value chain is moderately sustainable for both economic and social dimensions, while well sustainable for environmental dimension. Further recommendation highlights triple helix approach in strengthening chain collaboration.

**Keywords:** market orientation, PESTEC, sustainable shallot, Tobit, value chain