

**RELASI GENDER PADA RUMAH TANGGA TANI
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMASARAN HORTIKULTURA
(Studi kasus di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa Janan Ilir)**

¹Firda Juita, ²M. Syaifuddin Zuhri, ³Nike Widuri

¹²³Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman
Kampus Gunung Kelua Jl. Pasir Belengkong P.O.BOX 1040 Telp.
(0541)749159,749159,749314, Fax. 738341 Samarinda, 75123, Indonesia
¹E-mail: firdajuita1280@gmail.com

Diterima : 24 Februari 2023

Disetujui : 01 Juli 2023

ABSTRAK

Relasi gender suatu hubungan kekuasaan antara perempuan dan laki – laki terlihat pada lingkup gagasan, praktik, dan representasi yang meliputi pembagian kerja, peranan, serta alokasi sumberdaya antara laki-laki dan perempuan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui siapa saja relasi dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi relasi gender pada rumah tangga tani dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa Janan Ilir Kota Samarinda. Pada bulan Juni sampai Agustus 2018. Penentuan sampel responden dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah 40 responden. Data diperoleh dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Deskriptif Kualitatif Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi gender dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loajanan ilir Kota Samarinda adalah perempuan (istri) dan anak (laki-laki atau perempuan). Tidak pada semua kegiatan melibatkan anak tetapi lebih didominasi istri khususnya pada kegiatan penentuan harga, penentuan tempat pemasaran dan penentuan saluran distribusi. Faktor-faktor yang berhubungan dengan relasi gender dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loajanan Ilir Kota Samarinda adalah umur dengan persentase 87,50%. Persentase umur perempuan (istri) dengan umur produktif lebih besar dari persentase umur laki-laki (suami), sehingga faktor umur menentukan relasi gender seorang suami dalam kegiatan pengambilan keputusan pemasaran hortikultura karena suami lebih banyak fokus melakukan kegiatan budidaya di lahan daripada proses pemasaran.

Kata kunci: Hortikultura, Pemasaran, Relasi Gender

ABSTRACT

Gender relationship of a certain power correlations between man and woman were seen to the scope of idea, practice, and representation which included distribution of work, role, along with energy of resourceallocation between man and

woman. The purpose of this was study to know anyone relation of gender to farmer household in making decision marketing of Hortikultura and what factors that influence relation of gender to farmer household in making decision marketing of Hortikultura. The activity of this study is did in Tani Aman Subdistrict, Loa Janan Ilir District, Samarinda CityIn 2018, June until August. Sample determination of respondent was done with Purposive Sampling methodwith 40 respondents. Data were obtained by primary using data and secondary data. The data analysis method uses in this study using was Descriptive/Qualitative method. Study result showd that relation of gender in farmer household to making marketing decision of Hortikultura Tani Aman Subdistrict, Loa Janan Ilir District, Samarinda Citywerewoman (wife) and child (son or daughter). Not all of the activities involve child but it was more dominated by wife in particular to activity of determination price, determination marketing place and determination of distribution channel. The factors which related with relation of gender to farmer household in making decision marketing of Horticulture in Tani Aman Subdistrict, Loa Janan Ilir District, Samarinda City was age with 87,50%. The percentage of wife age with productive age is greater than the percentage of husband so the age factor determines a husband's gender relations in marketing decision-making activities of horticulture because the husband focuses more on cultivation activities on the land than the marketing process.

Kata kunci: Horticulture, Marketing, Relation of Gender

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian sub sektor hortikultura di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani (Congreves, 2022; Devi & Kumar, 2020; Logan et al., 2016; Michel, 2015) . Sejalan dengan hal tersebut, sub sektor hortikultura penting untuk diarahkan melalui pendekatan yang lebih sistematis, yaitu yang berwawasan agribisnis yang bermuara pada upaya peningkatan kesejahteraan bagi petani (Shinta, 2010).

Kalimantan Timur yaitu melaksanakan pembangunan pertanian dalam arti luas. Hal ini dibuktikan dengan keseriusan pemerintahan dalam memproitaskan bidang pertanian dalam rangka meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat. Perkembangan pertanian khususnya hortikultura merupakan salah satu yang harus dikembangkan untuk menambah penghasilan perekonomian petani (Babushkin et al., 2015; Feldmann &

Vogler, 2021; Los et al., 2021; Meyerding & Lehberger, 2018) . Produksi hotikultura yang dihasilkan Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2017 yaitu sebesar 207.130 ton th-1 dengan luas panen 14.680 ha sedangkan untuk Samarinda produksi hortikultura tahun 2017 sebesar 38.552 ton th-1 dengan luas panen 3.500 ha (BPS Kaltim ,2017).

Kelurahan Tani Aman merupakan salah satu wilayah yang berada di Kecamatan Loa Janan Ilir, yang sebagian mata pencaharian penduduknya adalah subsektor pertanian (Ariyani, 2012; Chandra, 2005). Jenis tanaman hortikultura yang diusahakan petani adalah sayuran kangkung, sawi, kacang panjang, buncisn cabai dan tomat dan jenis buah papaya (Arvianti et al., 2020; Lamm et al., 2021; Schnitzler & Essl, 2015; Shen et al., 2019; Trejo et al., 2019). Dalam hal budidaya tanaman hortikultura petani di Kelurahan Tani Aman membudidayakan di area perkebunan dan lahan sawah yang dilakukan pada saat musim kering. produksi hortikultura tahun 2016 sebesar 7,6 ton th-1. Dan pada tahun 2017

produksi sebesar 7,45 ton th-1. (PPL, 2018).

Keterlibatan rumah tangga tani dalam proses budidaya tanaman hortikultura sangat dibutuhkan. Tidak hanya laki-laki (suami), perempuan (istri) juga dapat terlibat dalam menentukan pengambilan keputusan dalam hal pemasaran hortikultura. Tanpa keterlibatan perempuan (istri) dalam rumah tangga tani maka penilaian masyarakat terhadap partisipasi pada sektor pertanian dalam rumah tangga masih di deskriminasi (Sumarniasih & Antara, 2020; Verdouw et al., 2015; Wulandari et al., 2017).

Keterlibatan perempuan (istri) untuk ikut berkerja kebanyakan dilandasi oleh keinginan agar semua kebutuhan terpenuhi, baik kebutuhan keluarga maupun kebutuhan sebagai individu, yang bila mana mengharapkan semuanya dari penghasilan suami belum tentu mencukupi. Bagi kalangan yang sudah tercukupi, keinginan berkerja merupakan suatu kepuasan tersendiri (Rodríguez et al., 2018; Ruiz-Nieto et al., 2022; Velte & Dannenberg, 2014; Wills & Golding, 2015). Hal ini yang menjadi motivasi bekerja wanita pedesaan bukan sekedar mengisi waktu senggang, akan tetapi sungguh-sungguh untuk membantu suami mencari nafkah sebagai tambahan penghasilan suami yang tidak mencukupi (Lesmana, 2003).

Ketimpangan dalam pelibatan laki-laki (suami) dan perempuan (istri) dalam usahatani baik partisipasi dalam kegiatan maupun dalam pengambilan keputusan menyebabkan salah satu pihak yang kebetulan adalah perempuan (istri) ditempatkan pada posisi subordinat, meskipun kebanyakan dari hal tersebut tidak disadari oleh perempuan (istri) itu sendiri (Fakih, 1996; Fardiaz, 1996; Ismini, 2012). Banyaknya fenomena-fenomena ketimpangan relasi antara laki-laki (suami) dan perempuan (istri) yang terjadi dalam kehidupan menyebabkan topik pembicaraan

mengenai relasi gender telah menjadi pembicaraan yang banyak diminati oleh berbagai kalangan. Perempuan (istri) dalam berbagai peran cenderung selalu ditempatkan dalam posisi yang tidak setara dalam pembangunan (Ahmad et al., 2021; Cheng et al., 2021; Elshaer et al., 2023; Pardo et al., 2017).

Peranan perempuan (istri) sudah diketahui secara umum tidak hanya mengurus rumah tangga sehari-hari saja, tetapi tenaga dan pikirannya juga terlibat dalam berbagai kegiatan usahatani. Beberapa perempuan (istri) terlibat dalam beberapa aktivitas diantaranya dalam pengambilan keputusan dalam memasarkan produk usahatani. Keterlibatan seluruh anggota rumah tangga tani yang tidak hanya melibatkan suami sebagai kepala keluarga, tetapi adanya peranan perempuan (istri) dan anak (laki-laki dan perempuan) yang turut membantu dalam kegiatan usaha tani (Gustina, 2011; Kadir, 2006; Kartasasmita, 1996; Lesmana, 2003; Lubis, 2014). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui relasi gender dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura dan faktor-faktor yang berhubungan dengan relasi gender dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa Janan Ilir Kota Samarinda.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini telah dilaksanakan selama tiga bulan dari bulan Juni sampai Agustus 2018 di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loajan Ilir Kota Samarinda. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer mencakup semua data yang berkaitan dengan variabel bebas (*independent variable*) dan tidak bebas (*dependent variable*). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan

menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau pertimbangan tertentu. Persyaratan atau pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel tersebut harus sudah berkeluarga (suami dan istri) dan pekerjaan utamanya adalah sebagai petani hortikultura. Berdasarkan penjelasan tersebut dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 (empat puluh) petani hortikultura.

Definisi Variabel dan Pengukurannya

1. Relasi gender dalam pengambilan keputusan pemasaran Hortikultura diukur berdasarkan beberapa indikator:

- a. Alat Transportasi adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan, baik yang digerakan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Konsep transportasi berdasarkan pada adanya perjalanan antara tempat asal ke tempat tujuan.
 - b. Penentuan Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.
 - c. Tempat Pemasaran adalah suatu wadah atau tempat yang menyediakan produk-produk kebutuhan konsumen dengan kualitas yang tepat, dan jumlah yang tepat .
 - d. Saluran Distribusi adalah suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain dan yang menyalurkan produk-produk kepada pembeli.
2. Faktor-faktor yang menjadi tolak ukur peran Relasi gender dalam pengambilan keputusan pemasaran usaha tani hortikultura yaitu :

- a. Umur adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan sesuatu benda atau makhluk (thn).
- b. Tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum (thn).
- c. Pekerjaan sampingan adalah pekerjaan tambahan atau tugas tambahan (*double job*), pekerjaan sampingan lebih mengarah pada pengertian adanya pekerjaan lain atau profesi lain yang kita tangani di luar pekerjaan resmi.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini instrumen pertamanya adalah peneliti itu sendiri. Peneliti dalam penelitian kualitatif merupakan orang yang membuka kunci, menelaah, dan mengeksplorasi seluruh ruang secara cermat, tertib, dan leluasa, bahkan ada yang menyebutnya sebagai *key instrument* (Djunaidi & Fauzan, 2012). Selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas maka dikembangkan dengan instrumen sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang diselenggarakan dalam setting alamiah,

peneliti sebagai instrumen pengumpul data, menggunakan analisis induktif, dan berfokus pada makna menurut *perspektif partisipan* (Moedzakir, 2010). Secara garis besar, pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian (Djunaidi & Fauzan, 2012). Sedangkan menurut Moleong (2012), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Relasi pembagian kerja rumah tangga tani dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura relasi Gender dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tanai Aman merupakan suatu peran yang penting bagi suami dan perempuan (istri) dalam suatu rumah tangga. Seperti dalam hal pengambilan keputusan pemasaran dalam usaha tani hortikultura. Berdasarkan hasil observasi ditetapkan dan dianalisis dengan deskriptif kualitatif untuk mengetahui profil gender yaitu aktivitas pembagian kerja yang melibatkan laki-laki dan perempuan (istri) dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura dalam keluarga responden. Aktivitas tersebut terdiri dari penentuan alat transportasi, penentuan harga, penentuan tempat pemasaran dan penentuan saluran distribusi. Hasil analisis tersebut berturut-turut dibahas dalam Tabel 9 sampai 12.

Alat Transportasi

Alat transportasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alat yang

digunakan oleh petani dalam memasarkan hasil panen hortikultura. Pekerjaan yang berkaitan dengan penentuan alat transportasi lebih banyak melibatkan suami daripada perempuan (istri). Diawali dari kewenangan dalam menentukan jenis alat transportasi, kewenangan dalam menentukan penggunaan alat transportasi milik pribadi, kewenangan dalam melakukan pengantaran langsung ke konsumen, kewenangan menentukan banyaknya alat transportasi yang digunakan. Persentase terbesar yang melakukan kegiatan tersebut adalah suami, yaitu 52,5%, 57,5%, 67,5% dan 70%.

Penentuan Harga

Penentuan harga merupakan kegiatan yang perlu dilakukan oleh anggota keluarga dalam menentukan pengambilan keputusan dalam pemasaran hortikultura. Pekerjaan yang berkaitan dengan penentuan harga jual lebih banyak melibatkan perempuan (istri) daripada suami. Diawali dari kewenangan dalam menentukan sewa alat, kewenangan dalam menentukan upah tenaga kerja, menentukan harga jual ke konsumen langsung, menentukan harga jual melalui pedagang perantara, menentukan potongan harga, dan menentukan perubahan harga jual. Persentase terbesar yang melakukan kegiatan tersebut adalah perempuan (istri), yaitu 80%, 75%, 90%, 85%, 90%, dan 70%

Tempat Pemasaran

Tempat pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tempat yang digunakan oleh petani hortikultura dalam memasarkan hasil panen hortikultura. Pekerjaan yang berkaitan dengan penentuan tempat pemasaran hortikultura lebih banyak melibatkan perempuan (istri) daripada suami. Diawali dari kewenangan dalam menentukan tempat penjualan, kewenangan dalam menentukan rantai

penjualan, menentukan penjualan ke konsumen langsung, menentukan penjualan di dalam kota, menentukan penjualan di luar kota dan menentukan konsumen yang dijadikan prioritas saat hortikultura langka. Persentase terbesar yang melakukan kegiatan tersebut adalah perempuan (istri), yaitu 70%, 72,5%, 75%, 47,5%, 50% dan 52,5%.

Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah saluran yang digunakan oleh petani dalam menyalurkan panen hortikultura sampai ke konsumen. Pekerjaan yang berkaitan dengan penentuan saluran distribusi hortikultura lebih banyak melibatkan perempuan (istri) daripada suami. Diawali dari kewenangan dalam menentukan distribusi penjualan, kewenangan dalam mencari tenaga kerja, menentukan lembaga pemasaran. Persentase terbesar yang melakukan kegiatan tersebut adalah perempuan (istri), yaitu 52,5%, 57,5%, dan 80%.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Relasi Gender dalam Pengambilan Keputusan Pemasaran Hortikultura

Faktor-faktor yang mempengaruhi rumah tangga tani dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura, yaitu umur dengan tingkat persentase 87,5% (35 jiwa) dan yang paling sedikit adalah pekerjaan sampingan dengan jumlah persentase 42,00% (17 jiwa). Untuk selanjutnya dapat dilihat pada penjelasan berikut.

Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada sebaran umur responden dikelompokkan menjadi 2 kelompok umur produktif dan tidak produktif, umur dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat pemahaman pembagian tugas pada kegiatan pemasaran hortikultura. Menurut Badan Pusat Statistik (2013),

kelompok umur produktif berkisar antara 15-65 tahun, dan tidak produktif di atas umur 65 tahun. Berdasarkan data pada Tabel 14 di bawah menunjukkan usia produktif dari 40 responden suami usia produktif dengan persentase sebesar 30% (12 jiwa), dan usia tidak produktif dengan persentase sebesar 70% (28 jiwa). Sedangkan untuk umur produktif perempuan (istri) dengan persentase sebesar 100% (40 jiwa).

Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pemasaran hortikultura. Tingkat pendidikan dapat diketahui sejauh mana seseorang dapat memberikan tanggapan. Demikian juga dengan sikap responden terhadap pentingnya dalam mengambil keputusan pemasaran pada usahatani hortikultura. Pendidikan dari 40 responden suami yang tamat SD dengan persentase sebesar 60% (24 jiwa), tamat SMP dengan persentase sebesar 12,5% (5 jiwa) dan tamat SMA dengan persentase sebesar 27,5% (11 jiwa). Untuk pendidikan perempuan (istri) yang tamat SD dengan persentase sebesar 62,5% (25 jiwa), tamat SMP dengan persentase sebesar 10% (25 jiwa), dan tamat SMA dengan persentase sebesar 27,5% (11 jiwa).

Pekerjaan Sampingan

Pekerjaan sampingan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pemasaran hortikultura. Pekerjaan sampingan dari 40 responden, suami tidak memiliki pekerjaan sampingan dengan persentase sebesar 92,5% (37 jiwa) dan suami yang memiliki pekerjaan sampingan dengan persentase sebesar 7,5% (3 jiwa). Untuk perempuan (istri) yang tidak memiliki pekerjaan sampingan dengan persentase sebesar 85% (34 jiwa) dan perempuan (istri) yang

memiliki pekerjaan sampingan dengan persentase sebesar 15% (6 jiwa)

PEMBAHASAN

Relasi Gender pada Rumah Tangga Tani

Relasi *gender* suatu hubungan kekuasaan antara perempuan (istri) dan laki-laki terlihat pada lingkup gagasan, praktik, dan representasi yang meliputi pembagian kerja, peranan, serta alokasi sumberdaya antara laki-laki dan perempuan (istri). Konteks dalam relasi *gender* yang menjadi sorotan utama pada penelitian ini hanya terbatas pada pola pengambilan keputusan pemasaran hortikultura dalam rumah tangga petani karena pola pengambilan keputusan akan lebih menggambarkan arus kekuasaan yang terjadi dalam rumah tangga tani.

Pengertian rumah tangga tani pada umumnya mengacu pada kategori spasial, dimana sekelompok orang terikat dalam satu tempat yang disebut rumah. Keluarga merupakan suatu hal yang penting dalam upaya meningkatkan kualitas kesejahteraan hidup di dalam rumah tangga tani karena di dalam suatu keluarga, suami dan perempuan (istri) maupun anak-anak akan memiliki peran yang sangat penting dalam usaha tani, sebab memiliki tanggung jawab sangat besar dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari Syinta (2010). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian, dimana dalam usahatani hortikultura yang dilakukan oleh petani di Kelurahan Tani Aman dalam pengambilan keputusan pemasaran melibatkan peran dari masing-masing anggota keluarga. Pola pengambilan keputusan juga dapat menggambarkan siapa yang melakukan apa, siapa yang memiliki tanggung jawab atas apa, dan siapa yang memiliki kekuasaan dalam mengambil keputusan atas apa, Pembagian kerja dalam rumah tangga tani dalam pengambilan keputusan

pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman lebih banyak dilakukan oleh perempuan (istri), walaupun tetap memerlukan bantuan dari suami dan anak. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hugeng (2011), yang menyatakan bahwa perempuan memiliki potensi yang besar untuk berkiprah dalam pembangunan di perdesaan.

Menurut Ismini, (2012) hasil penelitian menunjukkan bahwa pola curahan tenaga kerja untuk bermacam-macam pekerjaan di luar bidang pertanian terdapat perbedaan yang jelas antara pria dan wanita. Dalam usaha mencari nafkah tersebut peranan wanita untuk semua stars adalah lebih besar dari pria. Hal ini disebabkan karena kegiatan di luar bidang pertanian banyak dilakukan oleh wanita.

Anggapan bahwa kaum perempuan (istri) selayaknya mengurus rumah tangga dan keluarga, sementara kaum pria diharapkan lebih banyak berperan di sektor publik, disanggah oleh Elizabeth (2007), yang menyatakan bahwa perempuan (istri) sekarang tidak lagi menjadi teman hidup saja atau mengurus rumah tangga, tetapi ikut serta dalam menciptakan ketahanan ekonomi rumah tangganya.

Alat Transportasi

Transportasi menjadi hal penting dalam pemasaran hortikultura. Transportasi tidak hanya angkutan yang digunakan untuk membawa hasil panen ke pasar yang dituju namun juga termasuk fasilitas jalan yang dilewati oleh angkutan. Menurut Miro (2005), transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat yang lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Hortikultura adalah komoditi pertanian yang mudah rusak dan cepat busuk, sehingga memerlukan proses

penyaluran yang cepat untuk sampai kepada konsumen. Penentuan jenis alat transportasi yang tepat yang akan digunakan untuk menyalurkan hasil panen hortikultura cukup penting agar hasil produksi dapat sampai ke konsumen sesuai dengan harapan.

Menentukan alat transportasi lebih banyak melibatkan suami, hal ini disebabkan karena suami lebih mengetahui permasalahan di luar rumah terkait dengan alat transportasi. Suami lebih teliti dan pengalaman dalam menentukan jenis dan jumlah alat transportasi yang digunakan dalam memasarkan hortikultura sampai ke tangan konsumen. Namun dalam kegiatan tersebut seorang suami dibantu oleh perempuan (istri) dan anak laki-laki, yang dalam hal ini berturut-turut menentukan jenis alat transportasi (25%), menentukan penggunaan alat transportasi (17,5%), mengantar hasil panen (7,5%), menentukan banyaknya alat transportasi (2,5%) oleh perempuan (istri) dan untuk kegiatan yang sama berturut-turut 22,5%, 25% 25%, dan 2,5% dikerjakan oleh anak laki-laki yang ikut membantu dalam penentuan alat transportasi yang digunakan dalam penjualan hortikultura, sedangkan pada anak perempuan dalam hal ini tidak ikut berperan karena tidak memiliki pengalaman di bidang ini dan tidak mengetahui permasalahan di luar rumah secara langsung.

Penentuan jenis alat transportasi harus mempertimbangkan beberapa aspek penting seperti jarak tempuh, kondisi jalan, kondisi cuaca dan banyaknya hasil tani yang akan dikirim. Penjualan meliputi dalam dan luar kota, hal tersebut membutuhkan jenis alat transportasi berupa motor dan mobil, kondisi jalan menuju rumah konsumen yang berada dalam gang kecil memerlukan alat transportasi berupa motor. Jika cuaca saat pengiriman mulai mendung dan turun hujan dengan jumlah hasil panen yang cukup banyak yang

akan dikirim, maka dibutuhkan alat transportasi yang lebih besar, yaitu berupa mobil pic up.

Dalam hal ini perempuan (istri) tidak berperan dalam pengambilan keputusan menggunakan alat transportasi. Hal tersebut karena pengalaman yang dimiliki seorang perempuan (istri) dalam hal transportasi lebih sedikit dibandingkan pengalaman yang dimiliki oleh seorang suami.

Penentuan Harga

Harga hortikultura berbeda-beda berdasarkan jenisnya. Untuk jenis cabe harga di tentukan oleh harga pasar yang berlaku saat itu. Baik pedagang maupun petani memiliki akses yang luas untuk mendapatkan informasi petani bisa dapat melalui kontak telfon dengan pedagang di pasar lokal. Untuk jenis sayuran di lihat dari tampilan luar yang berkualitas tinggi mendapatkan harga terbaik dan untuk pepaya harga jual di tentukan berdasarkan ukuran (besar, sedang, kecil) dan tampilan luar (mulus tidaknya). Menurut Mulyadi (2001), pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual hortikultura di Kelurahan Tanai Aman juga dapat berubah sewaktu-waktu tergantung banyak sedikitnya hasil produksi yang petani hasilkan dan adanya event-event tertentu yang membuat harga jual hortikultura cukup tinggi, seperti saat menjelang bulan Ramadhan, dan menjelang Hari Raya. Penentuan harga hortikultura ditentukan oleh harga jual pasaran dan rumah tangga tani itu sendiri, cara pemasaran hasil tanaman hortikultura dapat dilakukan secara langsung yaitu dijual langsung kepada tengkulak, dijual ke pasar, atau dijual langsung di rumah petani. pemasaran paling banyak di daerah penelitian menjual hasil tanaman kepada tengkulak.

Anggota keluarga yang berperan aktif dalam penentuan harga adalah

perempuan (istri). Hal ini disebabkan karena perempuan (istri) lebih mengetahui harga di pasaran yang telah diperbandingkan dengan pasar lain dan diperhitungkan oleh perempuan (istri), antara modal produksi yang di gunakan dan berapa harga jual di pasaran. Perempuan (istri) lebih teliti dalam menentukan segala sesuatu yang terkait dengan harga dalam memasarkan hortikultura sampai ke konsumen. Namun dalam kegiatan tersebut seorang perempuan (istri) dibantu oleh suami dan anak (laki-laki dan perempuan). yang dalam hal ini berturut-turut menentukan batasan harga sewa alat transportasi (80%), menentukan upah tenaga kerja dalam proses pemasaran (75%), menentukan harga jual kepada konsumen (90%), menentukan harga jual kepada konsumen (85%), menentukan harga jual jika menggunakan lembaga perantara (90%), menentukan perubahan harga jual (70%) oleh perempuan (istri) dan untuk kegiatan yang sama berturut-turut 12,5%, 25%, 5%, 12,5%, 7,5% dan 25% dikerjakan oleh suami dan anak (anak laki-laki dan anak perempuan) yang membantu dalam penentuan harga yang digunakan dalam penjualan hortikultura.

Hal ini disebabkan karena seorang perempuan (istri) lebih sering bersosialisasi dengan masyarakat dan lebih sering berinteraksi dengan masyarakat umum sehingga banyak mendapatkan informasi-informasi yang terkait dengan harga jual. Perempuan (istri) lebih berperan dalam penentuan harga karena perempuan (istri) yang mengemas dan mengikat dengan berbagai macam ukuran yang akan dipasarkan dan perempuan (istri) yang lebih banyak waktu dalam menggunakan media sosial dalam mencari informasi tentang kualitas dan kuantitas hortikultura yang dapat meningkatkan harga jual hortikultura dari berbagai daerah di luar maupun di dalam kota.

Tempat pemasaran

Peran dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tanai Aman dalam penentuan tempat pemasaran merupakan kegiatan dalam rumah tangga tani dalam menentukan tempat pemasaran hasil panen hortikultura. Menurut Sofyan Assauri (2004), pemasaran ialah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.

Pengambilan keputusan dalam menentukan tempat pemasaran yaitu yang lebih berperan di dalam pengambilan keputusan dalam menentukan tempat pemasaran adalah perempuan (istri), hal ini disebabkan karena perempuan (istri) lebih mengetahui permasalahan di luar rumah terkait dengan tempat penjualan. karena perempuan (istri) yang lebih banyak mempunyai waktu luang untuk mengetahui dimana saja tempat pemasaran hortikultura yang tepat, baik menggunakan aplikasi media sosial maupun melakukan survei langsung mencari tempat-tempat pemasaran hortikultura di dalam maupun di luar kota.

Perempuan (istri) lebih teliti dalam menentukan segala sesuatu yang terkait dengan tempat penjualan dalam memasarkan hortikultura sampai ke konsumen. Dalam kegiatan tersebut seorang perempuan (istri) dibantu oleh suami dan anak (laki-laki dan perempuan). Yang dalam hal ini berturut-turut, menentukan tempat penjualan hasil panen (70%), menentukan rantai penjualan hasil panen (72,5%), menentukan rantai penjualan hasil panen (75%), menentukan penjualan hasil panen ke konsumen langsung (47,5%), menentukan tempat pemasaran hasil panen ke konsumen di kota (50%), menentukan konsumen yang menjadi prioritas dalam penjualan (52,5%) dikerjakan oleh perempuan (istri) dan untuk kegiatan yang sama berturut-turut 20%, 17,5%, 17,5%, 37,5%, 25% dan

25% dikerjakan oleh suami dan anak (laki-laki dan perempuan) membantu dalam penentuan tempat penjualan hortikultura.

Berdasarkan hasil penelitian, tempat pemasaran hortikultura, untuk wilayah Samarinda meliputi pasar segiri, pasar ijabah, pasar pagi dan sebagian responden menjual di rumah sendiri karena banyak konsumen yang datang langsung ke rumah responden untuk mengambil pesannya, konsumen tersebut membeli hortikultura untuk keperluan *catering*. Untuk menghindari kerusakan saat pengiriman, maka hortikultura dikirim dengan kemasan yang rapi, khusus untuk buah pepaya dimasukkan dalam keranjang plastik yang dilapisi dengan Koran, untuk tomat dan cabai dikemas dalam plastik sedangkan untuk sayuran diikat lalu digulung pada lembaran karung agar tidak layu pada saat pengiriman dan tahan lama sampai di konsumen.

Saluran Distribusi

Peran dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tanai Aman dalam penentuan Saluran distribusi pemasaran merupakan kegiatan dalam rumah tangga tani dalam menentukan saluran tingkat berapa dalam menyalurkan hasil panen hortikultura. Menurut Chandra (2005), saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk dari penjual ke pembeli akhir.

Pengambilan keputusan dan penentuan saluran distribusi dalam rumah tangga tani yang lebih dominan dalam menentukan saluran distribusi adalah perempuan (istri), yaitu dalam menentukan pencarian tenaga atau jasa orang lain dalam pendistribusian hortikultura serta dalam penentuan lembaga pemasaran. Hal ini disebabkan karena perempuan (istri) lebih mengetahui permasalahan di luar rumah

terkait dengan distribusi penjualan. Perempuan (istri) lebih teliti dalam menentukan segala sesuatu yang terkait dengan distribusi penjualan dalam memasarkan hortikultura sampai ke konsumen. Namun dalam kegiatan tersebut seorang perempuan (istri) dibantu oleh suami dan anak (laki-laki dan perempuan). yang dalam hal ini berturut-turut menentukan pendistribusian hasil panen (52,5%), mencari tenaga/jasa orang lain dalam pendistribusian hasil panen (57,5%) dan menentukan lembaga pemasaran pemasaran dalam pendistribusian (80%) dikerjakan oleh perempuan (istri) dan untuk kegiatan yang sama berturut-turut 35%, 37%, dan 20% dilakukan oleh suami dan anak (laki-laki dan perempuan) yang membantu dalam penentuan distribusi penjualan hortikultura.

Berdasarkan hasil penelitian, saluran distribusi dilakukan dengan langsung menjual hasil panen hortikultura kepada konsumen dan hanya menggunakan saluran satu tingkat (*One-Level Chanel*). Yaitu petani langsung menjual hasil panen hortikultura kepada tengkulak, dan sebagian di jual langsung kepada konsumen langganan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Relasi Gender dalam Pengambilan Keputusan Pemasaran Hortikultura

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 87,5% responden yang menyatakan umur sebagai faktor yang mempengaruhi relasi gender. Dalam hal pengambilan keputusan pemasaran, umur yang lebih muda dan produktif lebih aktif dan lebih mudah berinteraksi sehingga mudah menerima inovasi terbaru. Dalam penelitian ini umur suami lebih tua dibandingkan istri, sehingga suami memerlukan relasi, yaitu istri dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura. sedangkan 42%

menyatakan pendidikan, karena pendidikan yang cukup tinggi dan lebih banyak diperoleh baik pendidikan formal maupun non formal lebih baik akan lebih tanggap untuk menggali dan mengetahui ilmu dan teori-teori dalam pemasaran, dalam hal ini suami memerlukan relasi, yaitu anak dalam pengambilan keputusan pemasaran dan 20% menyatakan pekerjaan sampingan sebagai faktor yang mempengaruhi relasi gender, karena pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh suami dapat menambah penghasilan di luar usaha tani dalam sebuah keluarga, sehingga suami memerlukan relasi gender, yaitu istri dan anak untuk membantu, khususnya dalam pemasaran pada saat suami harus melakukan pekerjaan sampingan tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut ini.

Umur

Faktor umur yang mempengaruhi aktifitas kerja dalam mengelola usaha tani anggota keluarga yang umurnya relatif lebih muda tentu akan mempunyai kemampuan yang lebih besar dan lebih produktif dalam mengelola usaha taninya, dan sebaliknya anggota keluarga yang sudah memiliki usia lanjut maka ia akan cenderung untuk berpikir lebih matang dan bertindak lebih bijaksana namun secara fisik, tenaga dan produktifitas kerjanya relatif akan menurun.

Menurut Pariani (2001), Umur mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik. Pengetahuan yang kurang akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap nilai-nilai yang baru diperkenalkan.

Berdasarkan Tabel 13 pengaruh umur terhadap relasi gender ditunjukkan dengan persentase umur laki-laki

produktif (15 tahun hingga 65 tahun) sebesar 30% dan umur tidak produktif (>65 tahun) lebih besar 70%. Faktor umur yang tergolong produktif, menyebabkan keinginan untuk bekerja dan tanggung jawab yang dimiliki laki-laki terhadap keluarganya dikategorikan tinggi. Kebiasaan masyarakat juga memiliki dampak yang cukup besar dalam mengembangkan pola pikir laki-laki. Kebiasaan masyarakat telah menggariskan tanggung jawab suami adalah menafkahi rumah tangganya serta memiliki kekuasaan penuh terhadap pengambilan keputusan dalam keluarga.

Pada umur petani yang lebih tua dari 65 tahun, petani lebih kooperatif dalam membagi peranan dalam rumah tangga. Mereka telah memberikan akses kepada perempuan (istri) untuk melakukan beberapa kegiatan usaha tani dan membuka kesempatan bagi perempuan (istri) untuk turut memberi saran dalam pengambilan keputusan, walaupun dalam pengambilan keputusan akhir masih didominasi laki-laki sebagai suami. Artinya adalah bukan berarti relasi yang terbentuk antara laki-laki dan perempuan (istri) dalam rumah tangga mengindikasikan bahwa rumah tangga petani telah sadar gender, namun lebih kepada terbentuknya peluang yang diberikan kepada perempuan (istri) untuk ikut serta dalam menambah penghasilan rumah tangga.

Fakta di atas sejalan dengan data kualitatif yang diperoleh dari pengamatan terhadap beberapa responden. Menurut pengamatan dan wawancara yang dilakukan, menunjukkan bahwa perempuan (istri) yang berusia produktif memiliki peranan yang cukup besar dalam rumah tangga mereka. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka memiliki suami yang berusia tidak produktif di dalam rumah tangga mereka, perempuan (istri) dapat melakukan kegiatan di luar rumah dengan menjadi buruh tani untuk

menambah penghasilan rumah tangga. Pada umumnya perekonomian mereka juga kurang baik, sehingga perempuan (istri) juga dibebankan tanggung jawab tambahan di samping mengurus urusan rumah tangga.

Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap relasi gender dalam rumah tangga. Menurut Sukesi (2002), pendidikan, merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi petani dalam berperan, bersikap dan mengambil keputusan. Disamping itu tingkat pendidikan dapat digunakan sebagai tolak ukur terhadap kemampuan berpikir seseorang petani dalam menghadapi masalah dalam rumah tangga.

Hal ini ditunjukkan oleh data pada Tabel 14, dimana pendidikan suami seimbang dengan pendidikan perempuan (istri), kondisi ini ideal dengan yang diharapkan, kesempatan mendapatkan pendidikan dengan proporsi yang sama antara laki-laki dan perempuan perempuan (istri). Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan hidup bagi keduanya. Kesempatan yang sama ini akan berpengaruh terhadap relasi antara laki-laki dan perempuan (istri), dimana perempuan (istri) tidak lagi menjadi nomor dua serta dapat menjadi mitra dan pengambilan keputusan. Akan tetapi, pada kenyataannya pendidikan perempuan (istri) tergolong masih rendah, sehingga rendahnya pendidikan menjadi faktor berkembangnya pola pikir yang telah menjadi kebiasaan bahwa perempuan (istri) hanya tokoh nomor dua dalam rumah tangga, yang harus patuh terhadap suami. Rendahnya pendidikan suami turut berpengaruh melanggengkan budaya patriarki. Hal ini dikarenakan mereka akan tetap terpengaruh pendidikan yang didapat dari orang tua dan keluarga mereka terdahulu tanpa dipengaruhi pola pikir yang lebih maju. Pola pikir yang lebih

maju seperti ini dapat mereka peroleh melalui jalur pendidikan formal.

Pekerjaan Sampingan

Pekerjaan sampingan merupakan suatu pekerjaan yang dilakukan oleh petani selain dalam usaha utamanya. Petani dalam memenuhi kebutuhan hidup rumah tangganya tidak hanya tergantung kepada pertanian atau hasil bertani, namun ada juga petani yang memiliki pekerjaan sampingan.

Menurut Sukesi (2002), Pekerjaan sampingan hanya berpengaruh terhadap pendapatan tambahan dalam keluarga petani saja, akan tetapi tidak terlalu berpengaruh terhadap peranan dalam pengambilan keputusan. Bahwa memiliki pekerjaan sampingan akan berpengaruh pada pendapatan tambahan yang akan diperoleh dalam rumah tangga petani, sehingga pendapatan tambahan tersebut akan berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas dalam usaha petani.

Sebagian besar petani hortikultura di Kelurahan Tani Aman tidak memiliki pekerjaan sampingan sehingga dapat dikatakan mayoritas petani hortikultura di Kelurahan Tanai Aman dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya adalah bertani, dengan rincian dari 40 responden petani hortikultura 40 orang (92,5%). kemudian suami petani yang ikut terlibat dalam kegiatan usaha petani dan tidak memiliki pekerjaan sampingan adalah berjumlah 37 Orang (92,5%). Dari hal ini petani yang tidak memiliki pekerjaan sampingan relasi perempuan (istri) terhadap kegiatan usahatani dalam keluarganya seimbang dan tidak membebankan salah satu pihak suami ataupun perempuan (istri), karena pola pembagian tugas terorganisir dengan baik. sedangkan untuk petani yang memiliki pekerjaan sampingan kegiatan usahatani yang dilakukan antara suami dan perempuan (istri) terkadang menitikberatkan salah satu pihak baik perempuan (istri) ataupun suami, dimana

mereka memiliki beban tambahan selain mengurus usahatani dan begitupun perempuan (istri) jika suami terfokus hanya pada pekerjaan sampingan usahatani hanya dikerjakan oleh perempuan (istri). Namun hal ini memiliki sisi positif, petani yang memiliki pekerjaan sampingan mendapatkan penghasilan tambahan dari luar usaha tani.

Kendala

Berdasarkan pengamatan di lokasi penelitian didapat kendala-kendala yang dihadapi oleh para petani hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa janan Ilir Kota Samarinda.

1. Kesiambungan produksi.

Kendala ini merupakan salah satu penyebab terjadinya masalah pemasaran hasil pertanian di Kelurahan Tani Aman yang berhubungan dengan sifat dan ciri khas produk pertanian, yaitu volume produksi yang kecil karena diusahakan dengan skala usaha kecil. Produksi hortikultura di Kelurahan Tani Aman bersifat musiman sehingga hanya tersedia pada waktu-waktu tertentu. Lokasi usaha tani yang terpencar-pencar sehingga menyulitkan dalam proses pengumpulan produksi. Dan, sifat produk pertanian yang mudah rusak, berat, dan memerlukan banyak tempat.

2. Rendahnya kemampuan tawar-menawar.

Petani juga menyatakan bahwa kemampuan petani di Kelurahan Tani Aman dalam penawaran produk yang dihasilkan masih terbatas karena keterbatasan modal yang dimiliki, sehingga ada kecenderungan produk-produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang rendah selain itu ada beberapa responden petani yang modal awal usaha taninya di modali dari pihak tengkulak dan terjadi pembagian hasil yang tidak seimbang antar tengkulak dan petani.

3. Berfluktuasinya harga.

Petani juga menyatakan bahwa harga produksi hasil pertanian selalu berfluktuasi bergantung dari perubahan yang terjadi pada permintaan dan penawaran. Naik turunnya harga yang terjadi di kelurahan Tani Aman ini dapat terjadi dalam jangka pendek, yaitu per bulan, per minggu, bahkan per hari atau dapat pula terjadi dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Relasi gender laki-laki (suami) dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa janan ilir Kota Samarinda adalah perempuan (istri) dan anak (laki-laki atau perempuan). Tidak pada semua kegiatan melibatkan anak tetapi lebih didominasi istri khususnya pada kegiatan penentuan harga, penentuan tempat pemasaran dan penentuan saluran distribusi. Faktor-faktor yang berhubungan dengan relasi gender dalam rumah tangga tani terkait pengambilan keputusan pemasaran hortikultura di Kelurahan Tani Aman Kecamatan Loa janan Ilir Kota Samarinda adalah umur dengan persentase 87,50%. Persentase umur perempuan (istri) dengan umur produktif lebih besar dari persentase umur laki-laki (suami), sehingga faktor umur menentukan relasi gender seorang suami dalam kegiatan pengambilan keputusan pemasaran hortikultura karena suami lebih banyak fokus melakukan kegiatan budidaya di lahan daripada proses pemasaran.

Diperlukan relasi gender dalam sebuah keluarga untuk saling mendukung dalam pembagian kerja khususnya dalam pengambilan keputusan pemasaran hortikultura yang diharapkan semua relasi gender memiliki pengetahuan yang sama dalam kegiatan-kegiatan pemasaran hortikultura, sehingga dapat saling

membantu antara satu dengan yang lainnya. Petani harus berani mengembangkan kreativitas untuk menciptakan olahan dari tanaman hortikultura untuk mengurangi kerugian jika terkendala dalam hal pemasaran. Petani harus memperhatikan kondisi fisik

lahan yang digunakan untuk usaha tani agar memperoleh produktivitas yang tinggi. Petani melakukan kerjasama yang lebih dengan pihak pemerintah dan swasta dalam hal pemasaran hortikultura.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Shankar, S., Steen, J., Verreynne, M.-L., & Burki, A. A. (2021). Using measures of efficiency for regionally-targeted smallholder policy intervention: The case of Pakistan's horticulture sector. *Land Use Policy*, 101. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.105179>
- Ariyani. (2012). *Peran Wanita Tani Dalam pengambilan Keputusan Pemasaran Padi Sawah (Oryza sativa L.* Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya.Malang.
- Arvianti, E. Y., Waluyati, L. R., & Darwanto, D. H. (2020). Behavior factors affecting the performance and interest of young farmer on the horticulture business in Malang, Indonesia. *Ecology, Environment and Conservation*, 26(4), 1531–1539. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85106023751&partnerID=40&md5=63660cdab0ec0bfc3146e7fc6e393652>
- Babushkin, V. A., Zavrazhnov, A. I., & Zavrazhnov, A. A. (2015). Technology and machinery for intensive Russian Horticulture. *Ecology, Environment and Conservation*, 21, AS11–AS12. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84956621688&partnerID=40&md5=07fbddc9afc7b1414ed8d681f0db2714>
- Chandra. (2005). *Wanita Tani Dalam Pengembangan Usaha Tani Sayuran Organik Dan Peningkatan Pendapatan Keluarga di Desa Melung Kecamatan Kedung Banteng.*Jurusan Sosial Ekonomi. Pertanian Fakultas Pertanian Unsoed.
- Cheng, Y.-T., Tseng, Y.-C., Iwaki, Y., & Huang, M. C. (2021). Sustainable food security in Small Island Developing States (SIDS): A case of Horticulture project in Marshall Islands. *Marine Policy*, 128. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2020.104378>
- Congreves, K. A. (2022). Urban horticulture for sustainable food systems. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 6. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.974146>
- Devi, R. A., & Kumar, A. (2020). Trends and scope of Indian horticulture: An empirical study. *Plant Archives*, 20, 1289–1292. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85090453566&partnerID=40&md5=97458d1a3e61d7d68aced16640938d26>
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Ameen, F. A., & Fayyad, S. (2023). Sustainable Horticulture Practices to Predict Consumer Attitudes towards Green Hotel Visit Intention: Moderating the Role of an Environmental Gardening Identity. *Horticulturae*, 9(1). <https://doi.org/10.3390/horticulturae9010031>
- Fakih, M. (1996). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial.* Pustaka Pelajar.

- Fardiaz, D. (1996). Peranan wanita dalam pertanian lahan kering. In *Laporan Utama]. Bogor: Proyek Konservasi dan Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS) Nasional Komponen DAS Cimanuk Hulu. Kerjasama Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi DATI I Jawa Barat dan Lembaga Penelitian IPB.*
- Feldmann, F., & Vogler, U. (2021). Towards sustainable performance of urban horticulture: ten challenging fields of action for modern integrated pest management in cities. *Journal of Plant Diseases and Protection*, 128(1), 55–66. <https://doi.org/10.1007/s41348-020-00379-x>
- Gustina. (2011). *Pengaruh Kontribusi Ekonomi Perempuan dan Peran Gender terhadap Kesejahteraan Keluarga di Kecamatan Ampek Angkek. Kabupaten Agam, Sumatera Utara.*
- Ismini. (2012). *Konsep, Teori dan Analisis Gender.* Artikel Ekoogi Manusia. ITB press.
- Kadir, A. (2006). Transportasi: Peran dan Dampaknya dalam pertumbuhan Ekonomi Nasional. In *Jurnal Perencanaan dan pengembangan Wilayah WAHANA HIJAU*Vol.1*No.3**.
- Kartasmita, G. (1996). *Pembangunan Untuk Rakyat.* Balai Pustaka.
- Lamm, K., Powell, A., & Lombardini, L. (2021). Identifying critical issues in the horticulture industry: A delphi analysis during the covid-19 pandemic. *Horticulturae*, 7(11). <https://doi.org/10.3390/horticulturae7110416>
- Lesmana, D. (2003). *Peran Wanita tani Dalam Pengambilan Keputusan Penerapan Teknologi Budidaya Dan Pemasaran Salak Pondoh Ngelemut Di Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang.* Skripsi. UGM.
- Logan, T. M., McLeod, S., & Guikema, S. (2016). Predictive models in horticulture: A case study with Royal Gala apples. *Scientia Horticulturae*, 209, 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2016.06.033>
- Los, E., Gardebroek, C., & Huirne, R. (2021). Explaining output price heterogeneity in Dutch horticulture. *Agribusiness*, 37(4), 891–914. <https://doi.org/10.1002/agr.21701>
- Lubis. (2014). *Peranan Saluran Distribusi Dalam pemasaran produk Dan jasa.* Jurusan Manajemen. Universitas Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi.
- Meyerding, S. G. H., & Lehberger, M. (2018). Gender and job satisfaction in German horticulture. *International Food and Agribusiness Management Review*, 21(7), 1003–1022. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2017.0125>
- Michel, J.-C. (2015). Wettability of organic growing media used in horticulture: A review. *Vadose Zone Journal*, 14(6), 1–6. <https://doi.org/10.2136/vzj2014.09.0124>
- Pardo, G., del Prado, A., Martínez-Mena, M., Bustamante, M. A., Martín, J. A. R., Álvaro-Fuentes, J., & Moral, R. (2017). Orchard and horticulture systems in Spanish Mediterranean coastal areas: Is there a real possibility to contribute to C sequestration? *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 238, 153–167. <https://doi.org/10.1016/j.agee.2016.09.034>
- Rodríguez, E., González, M., Paredes, D., Campos, M., & Benítez, E. (2018). Selecting native perennial plants for ecological intensification in Mediterranean greenhouse horticulture. *Bulletin of Entomological Research*, 108(5),

- 694–704.
<https://doi.org/10.1017/S0007485317001237>
- Ruiz-Nieto, Á., Gómez-Serrano, C., Acién, G., & Castro, A. J. (2022). Farmers' Knowledge and Acceptance of Microalgae in Almería Greenhouse Horticulture. *Agronomy*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/agronomy12112778>
- Schnitzler, A., & Essl, F. (2015). From horticulture and biofuel to invasion: The spread of *Miscanthus* taxa in the USA and Europe. *Weed Research*, 55(3), 221–225. <https://doi.org/10.1111/wre.12141>
- Shen, H., Zhou, X., Betts, A., Jia, P. W., Zhao, K., & Li, X. (2019). Fruit collection and early evidence for horticulture in the Hexi Corridor, NW China, based on charcoal evidence. *Vegetation History and Archaeobotany*, 28(2), 187–197. <https://doi.org/10.1007/s00334-018-0691-x>
- Shinta, A. (2010). *Analisis Kelayakan Finansial Usahatai melati (Jasminum sambac L) dan Usahatani Sedap Malam (Polianthers tuberose L.* Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya.Malang.
- Sumarniasih, M. S., & Antara, M. (2020). Featured horticulture products in Tabanan district, Province of Bali, Indonesia. *Journal of Applied Horticulture*, 22(2), 127–132. <https://doi.org/10.37855/jah.2020.v22i02.23>
- Trejo, L., Briones-Dumas, E., Gómez-Bermejo, R., & Olson, M. E. (2019). Molecular evidence for repeated recruitment of wild Christmas poinsettia (*Euphorbia pulcherrima*) into traditional horticulture in Mexico. *Genetic Resources and Crop Evolution*, 66(2), 481–490. <https://doi.org/10.1007/s10722-018-0727-1>
- Velte, M., & Dannenberg, P. (2014). Export horticulture - Empowering female small-scale farmers in Kenya? *Erde*, 145(3), 135–141. <https://doi.org/10.12854/erde-145-11>
- Verdouw, C. N., Robbemond, R. M., & Wolfert, J. (2015). ERP in agriculture: Lessons learned from the Dutch horticulture. *Computers and Electronics in Agriculture*, 114, 125–133. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2015.04.002>
- Wills, R. B. H., & Golding, J. B. (2015). Reduction of energy usage in postharvest horticulture through management of ethylene. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 95(7), 1379–1384. <https://doi.org/10.1002/jsfa.6930>
- Wulandari, E., Meuwissen, M. P. M., Karmana, M. H., & Oude Lansink, A. G. J. M. (2017). Performance and access to finance in Indonesian horticulture. *British Food Journal*, 119(3), 625–638. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0236>