

II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Petani Karet Rakyat

Petani adalah orang yang menggantungkan hidupnya pada lahan pertanian sebagai mata pencaharian utamanya. petani karet merupakan petani yang mendapatkan penghasilan dari usahatani karet (PS, 2008).

Menurut PS (2008), petani mengembangkan perkebunan karet hanya berdasarkan pengetahuan atau keterampilan secara turun-temurun karena hampir tidak ada informasi mengenai cara-cara mengembangkan perkebunan secara lebih baik, dan mengakibatkan kurangnya motivasi petani untuk mengelola hasil produksi.

Dalam melakukan usahatani karet, petani membutuhkan modal yang cukup besar untuk menyediakan sarana dan prasarana berusahatani karet. Modal tersebut digunakan untuk membeli benih, saprodi, upah penanaman dan pemeliharaan. Berusahatani karet sangat menjanjikan karena harga jual getah karet yang cukup tinggi. Namun, petani karet butuh usaha dan kesabaran yang cukup tinggi karena membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan panen dan tidak sedikit yang mengalami kegagalan atau mendapatkan hasil yang kurang maksimal. Hal ini mungkin diakibatkan oleh pemeliharaan yang kurang maksimal (Hadi, 2013).

Candra dkk (2008) mengungkapkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh petani karet saat ini adalah masih rendahnya produktivitas. Hal ini disebabkan karena kebun yang sebagian besar dimiliki belum menggunakan klon unggul dan

kurang dalam perawatan. Penyebab lain adalah banyaknya areal kebun karet yang telah tua sehingga kurang produktif dan perlu segera diremajakan.

Perkebunan karet yang sudah tua dan rusak memberikan kerugian bagi petani yakni dari sisi biaya yang dikeluarkan dan hasil yang didapatkan. Petani akan mendapatkan pendapatan yang rendah karena produksi yang dihasilkan semakin menurun. Pada saat peremajaan, petani tidak mendapatkan pendapatan dari karet karena belum menghasilkan. Faktor – faktor yang mempengaruhi petani melakukan peremajaan adalah jumlah produksi dan nilai ekonomis. Jumlah produksi dapat dilihat dari nilai produktivitas karet yang dihasilkan. sedangkan nilai ekonomis karet dilihat dari harga karet yang berlaku (Hadi, 2013).

2. Status Sosial Ekonomi

Status sosial adalah strata atau perbedaan sosial berdasarkan kelas sosial. Dalam ilmu sosiologi, strata atau kelas sosial masyarakat di sebut dengan “*social stratification*” yang artinya masyarakat dibedakan dalam kelas-kelas sosial yaitu adanya kelas-kelas tinggi dan kelas rendah. Kelas sosial merupakan kedudukan yang diakui oleh seluruh lapisan masyarakat, baik dalam keluarga maupun dalam masyarakat umum (Jatmika, 2015)

Soekanto (2007) mengungkapkan bahwa stratifikasi social merupakan penggolongan masyarakat secara bertingkat. Selama di dalam masyarakat ada sesuatu yang dihargai, dan disetiap masyarakat pasti ada sesuatu yang dihargai, maka sesuatu tersebut akan menumbuhkan adanya lapisan sosial ekonomi dalam masyarakat. Sesuatu yang dapat dihargai antara lain tanah, kekuasaan, ilmu pengetahuan, agama dan sebagainya. Manusia dilahirkan sebagai makhluk sosial

yang mempunyai naluri untuk selalu hidup dengan orang lain, yang disebut *gregoriosis*, karena sejak dilahirkan manusia sudah mempunyai hasrat atau keinginan pokok yaitu keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lainnya dan keinginan untuk menjadi satu dengan suasana di sekelilingnya

Ukuran atau kriteria yang sering dipakai untuk menggolongkan masyarakat dalam suatu lapisan menurut Soekanto (2007) adalah :

- a. ukuran kekayaan, dapat dijadikan suatu ukuran, barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak termasuk dalam lapisan teratas. Kekayaan tersebut, misalnya dapat dilihat pada bentuk rumah, mobil pribadi, cara mempergunakan pakaian, kebiasaan untuk berbelanja barang-barang mahal dan seterusnya;
- b. ukuran kehormatan, orang yang paling disegani dan dihormati, mendapatkan tempat yang teratas, hal semacam ini banyak dijumpai pada masyarakat tradisional;
- c. ukuran ilmu pengetahuan, dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan. Akan tetapi, ukuran kadang menyebabkan terjadinya akibat-akibat yang negative karena bukan mutu ilmu pengetahuannya yang dijadikan ukuran, namun gelar sarjananya;
- d. ukuran kekuasaan, semakin tinggi wewenang seseorang, maka semakin tinggi lapisan sosialnya. Kekuasaan tersebut antara lain jabatan dalam suatu organisasi.

Ukuran tersebut bukan merupakan ukuran baku karena masih banyak ukuran lain yang dapat menggambarkan status sosial ekonomi seseorang. akan tetapi, ukuran-ukuran di atas sangat menentukan sebagai dasar timbulnya lapisan masyarakat.

Lestari (2008) mengungkapkan bahwa status sosial ekonomi dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu sebagai berikut.

- a. Luas penguasaan lahan, sebagian besar petani memiliki luas lahan 0,5 – 1 Ha (sedang). Hal ini dikarenakan mayoritas petani memiliki lahan karena sebat warisan dari orang tua sehingga harus dibagi dengan saudara.
- b. Pekerjaan non pertanian, Jenis pekerjaan merupakan suatu upaya seseorang untuk mencukupi kebutuhan hidup sehingga dapat tetap mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Banyaknya jenis pekerjaan di luar sektor pertanian juga dapat ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, karena mampu memberikan sumbangan bagi pendapatan rumah tangga. Jumlah pekerjaan non pertanian dapat mempengaruhi pendapatan rumah tangga.
- c. Pendapatan rumah tangga, Secara umum pendapatan diartikan sebagai penghasilan yang diperoleh seseorang atau rumah tangga dalam satuan waktu, bisa harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Pendapatan ini diperoleh dari pendapatan dari sektor pertanian dan sektor non pertanian. Dengan jumlah pendapatan dari dua sektor ini petani lebih mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Pengertian pendapatan juga dikemukakan oleh *Gardner Ackley*, beliau mengatakan, pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah penghasilan yang diperoleh dari jasa yang disarankan pada waktu

tertentu atau yang diperoleh dari harta kekayaan.²¹ Pengertian ini mengandung arti bahwa pendapatan yang diperoleh seseorang bukan saja dari hasil bekerja melainkan juga berasal dari kekayaan seseorang, misalnya tanah, modal, warisan, tabungan, deposito, hasil pertanian dan lain-lain. Pendapatan dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menghasilkan, yaitu pendapatan pokok (rutin) dan pendapatan sampingan. Pendapatan merupakan salah satu indikator kesejahteraan rumah tangga. Artinya bahwa semakin tinggi pendapatan, maka semakin tinggi kesejahteraan rumah tangga tersebut. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan, maka semakin rendah pula kesejahtraannya.

- d. Kekayaan, kekayaan disebut dengan investasi rumah tangga seperti alat – alat rumah tangga, perhiasan dan barang – barang berharga lainnya.
- e. Keterlibatan dalam organisasi sosial, Setiap manusia selalu berhubungan dengan orang lain, baik secara formal maupun non formal, hal ini karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial.

Status sosial ekonomi setiap individu yang berbeda-beda menimbulkan perilaku menabung yang relative berbeda. Status sosial ekonomi masyarakat yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu luas kepemilikan lahan, pendapatan, tingkat pendidikan dan keikutsertaan dalam organisasi sosial.

3. Perilaku Menabung

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu menurut syarat tertentu yang telah disepakati (UU RI No. 10 Tahun 1998). Keinginan menabung dari pendapatan yang siap dibelanjakan tersebut akan

meningkat sesuai dengan tingkat pendapatan. Semua teori perilaku tabungan rumah tangga berusaha untuk menjelaskan tiga pola yaitu sebagai berikut.

- a. Pada suatu waktu tertentu, frekuensi pendapatan yang ditabung oleh rumah tangga yang berpendapatan lebih tinggi cenderung lebih besar ketimbang rumah tangga yang berpendapatan lebih rendah.
- b. Rasio tabungan rumah tangga cenderung konstan sepanjang waktu.
- c. Rasio tabungan rumah tangga bervariasi antar negara tanpa menunjukkan adanya hubungan yang jelas dengan pendapatan (Arsyad, 2010).

Tujuan seseorang menabung adalah untuk pemenuhan kebutuhan pada masa yang akan datang. Selain itu juga untuk cadangan modal, cadangan hari tua, cadangan kecelakaan, diwariskan kepada keturunannya dan dihibahkan atau diwakafkan.

Menurut Kartikasari (2013), aspek perilaku menabung dapat dilihat dari beberapa hal di antaranya adalah sebagai berikut.

- a. Kegiatan menabung, yaitu kegiatan apakah petani tersebut melakukan kegiatan menabung atau tidak.
- b. Tempat dan alasan memilih tempat menabung, yaitu di mana petani melakukan kegiatan menabung yaitu di lembaga keuangan formal atau lembaga keuangan non formal dan alasan apa yang mendasari petani memilih tempat tersebut.
- c. Intensitas dan frekuensi menabung, yaitu rutin atau tidaknya petani melakukan kegiatan menabung dan seberapa sering petani tersebut menabung.

- d. Besar tabungan, yaitu jumlah uang yang ditabung terakhir kali sebelum penelitian ini dilakukan.
- e. Tujuan menabung, yaitu motif apa yang mendasari petani untuk melakukan kegiatan menabung.

Menurut Nazrian dan Hidayat (2012) dalam penelitiannya, keputusan nasabah dalam hal menabung dapat dilihat dari 5 aspek yaitu sebagai berikut.

- a. Produk, produk suatu Bank memiliki daya tarik sendiri dalam menarik calon nasabah untuk menabung di Bank Sumut, keanekaragaman produk jenis tabungan di suatu bank sebagai pendorong keputusan menabung, berdasarkan perhitungan pengolahan AHP (Analytical hierarchy process) faktor produksi mendapatkan bobot sebesar 246 kondisi ini didukung dengan adanya 51 % responden yang menyatakan setuju, dan sangat setuju sebanyak 13 %, sedangkan yang kurang setuju sebanyak 20 %, dan tidak setuju 15,5 responden serta 1% yang menyatakan sangat tidak setuju. Bahwa produk tabungan Bank Sumut menurut pengakuan mayoritas masyarakat termasuk produk tabungan yang sudah mampu memenuhi kebutuhan sebagai penabung. Oleh karena itu Bank Sumut harus lebih mempertahankan kualitas serta terus melakukan penyempurnaan produknya agar masyarakat tetap setia menjadi nasabah.
- b. Lokasi, lokasi bank yang mudah di tempuh dapat menjadi alasan kenapa masyarakat menabung di bank Sumut. Berdasarkan perhitungan pengolahan data dengan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Lokasi mendapatkan bobot sebesar 241 kondisi ini didukung dengan adanya 60 % responden yang menyatakan setuju, dan sangat setuju sebanyak 21 %

responden, yang Kurang setuju sebanyak 13 % responden, tidak setuju sebanyak 5% responden, serta 1 % responden menyatakan tidak setuju. Masyarakat menganggap faktor lokasi sebagai salah satu faktor pendukung untuk menabung di Bank Sumut, dimana masyarakat mengharapkan lokasi Bank Sumut yang mudah dijangkau dan penyediaan fasilitas ATM (*Automatic machine teller*), oleh karena itu penyebaran lokasi Bank Sumut harus menjadi prioritas Bank Sumut dalam mengembangkan unit-unit lokasi Bank Sumut tersebut agar tidak mengecewakan masyarakat yang menabung di Bank Sumut.

- c. Keamanan, Jaminan keamanan juga mempunyai peran penting di dalam mendorong keputusan menabung di bank Sumut, Berdasarkan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) diperoleh bahwa faktor jaminan keamanan mendapatkan bobot sebesar 186 hal ini didukung dengan kondisi 49 % responden yang menyatakan setuju, 17 % responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 24 % responden kurang setuju, sedangkan yang tidak setuju sebanyak 10 % responden jaminan keamanan merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh Bank Sumut agar nasabah tetap menabung di Bank Sumut, dengan sistem pelayanan yang Terbaik dan segala fasilitas yang mendukung, yang membuat nyaman para nasabah.
- d. Promosi, Promosi Suatu Bank dapat menjadi sebuah alasan kenapa masyarakat menabung di Bank Sumut, Berdasarkan Perhitungan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) faktor promosi mendapatkan bobot sebesar 165 hal ini didukung dengan adanya 49 % responden yang menyatakan setuju, dan sebanyak 13 % responden sangat setuju, sedangkan 29

% responden kurang setuju ,yang tidak setuju 8%, serta 1 % responden menyatakan sangat tidak setuju . promosi merupakan salah satu penarik minat masyarakat dalam menabung di Bank Sumut, baik itu promosi di media cetak (majalah, Koran) media elektronik (radio, televise) dan beberapa media yang bisa menjadi promosi sehingga nasabah Bank Sumut dapat menambah jumlah nasabah.

- e. Kredibilitas, kredibilitas adalah suatu bentuk kejujuran, intergritas dan keandalan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Berdasarkan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Kredibilitas mendapatkan bobot sebesar 163 hal ini didukung dengan kondisi 51 % responden menyatakan setuju bahwa kredibilitas Bank menjadi salah satu faktor menabung di Bank Sumut, sebanyak 16 % responden sangat setuju, sedangkan yang kurang setuju sebanyak 27 % responden ,yang tidak setuju sebanyak 6 % responden yang mengatakan bahwa tidak penting kredibilitas dari suatu bank dalam memilih Bank Sumut.

Perilaku menabung akan menimbulkan keputusan petani dalam kaitannya dengan melakukan kegiatan menabung. Perilaku menabung yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu besar tabungan, frekuensi menabung, intensitas menabung dan tujuan menabung.

4. Interaksi dengan Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan sangat diperlukan dalam perekonomian modern sebagai mediator antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana (rumah tangga) dan masyarakat yang membutuhkan dana (pengusaha). Lembaga keuangan

dikelompokkan menjadi dua yaitu, Lembaga Keuangan Bank (LKB) dan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). LKB mempunyai kemampuan menciptakan kredit, pengedaran uang dan menambah JUB (melalui efek pengganda uang) sedangkan LKBB menyalurkan dana kepada masyarakat terutama melalui penyertaan modal atau membiayai investasi perusahaan (Kasmir, 2008).

Nazrian dan Hidayat (2012) mengungkapkan bahwa dalam melakukan kegiatan menabung, terdapat interaksi yang dilakukan oleh nasabah dengan pihak lembaga keuangan yang meliputi hal – hal sebagai berikut.

- a. Jarak dapat menjadi alasan kenapa masyarakat melakukan kegiatan menabung di bank Sumut. Berdasarkan perhitungan pengolahan data dengan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Lokasi mendapatkan bobot sebesar 241 kondisi ini didukung dengan adanya 60 % responden yang menyatakan setuju, dan sangat setuju sebanyak 21 % responden, yang kurang setuju sebanyak 13 % responden, tidak setuju sebanyak 5% responden, serta 1 % responden menyatakan tidak setuju. Masyarakat menganggap faktor lokasi sebagai salah satu faktor pendukung untuk menabung di Bank Sumut, dimana masyarakat mengharapkan lokasi Bank Sumut yang mudah dijangkau dan penyediaan fasilitas ATM (*Automatic machine teller*), oleh karena itu penyebaran lokasi Bank Sumut harus menjadi prioritas Bank Sumut dalam mengembangkan unit-unit lokasi Bank Sumut tersebut agar tidak mengecewakan masyarakat yang menabung di Bank Sumut.

- b. Pelayanan merupakan salah satu penarik minat masyarakat dalam melakukan kegiatan menabung. Karyawan yang terampil dalam memberikan pelayanan membuat nasabah memutuskan untuk memilih suatu bank.
- c. Promosi merupakan salah satu penarik minat masyarakat dalam menabung di Bank Sumut, baik itu promosi di media cetak (majalah, Koran) media elektronik (radio, televisi, brosur) dan beberapa media yang bisa menjadi promosi sehingga nasabah Bank Sumut dapat menambah jumlah nasabah.
- d. Produk suatu Bank memiliki daya tarik sendiri dalam menarik calon nasabah untuk menabung di Bank Sumut, keanekaragaman produk jenis tabungan di suatu bank sebagai pendorong keputusan menabung.
- e. Kredibilitas adalah suatu bentuk kejujuran, integritas dan keandalan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Berdasarkan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Kredibilitas mendapatkan bobot sebesar 163 hal ini didukung dengan kondisi 51 % responden menyatakan setuju bahwa kredibilitas Bank menjadi salah satu faktor menabung di Bank Sumut, sebanyak 16 % responden sangat setuju, sedangkan yang kurang setuju sebanyak 27 % responden ,yang tidak setuju sebanyak 6 % responden yang mengatakan bahwa tidak penting kredibilitas dari suatu bank dalam memilih Bank Sumut.

5. Hubungan Status Sosial Ekonomi dengan Perilaku Menabung

Status sosial adalah strata atau perbedaan sosial berdasarkan kelas sosial. Dalam ilmu sosiologi, strata atau kelas sosial masyarakat di sebut dengan “*social stratification*” yang artinya masyarakat dibedakan dalam kelas-kelas sosial yaitu

adanya kelas-kelas tinggi dan kelas rendah. Kelas sosial merupakan kedudukan yang diakui oleh seluruh lapisan masyarakat, baik dalam keluarga maupun dalam masyarakat umum (Jatmika, 2015). Sedangkan perilaku menabung merupakan tingkah laku seseorang yang dapat mengakibatkan pengambilan keputusan.

Status sosial ekonomi sangat berhubungan dengan perilaku menabung karena semakin tinggi status sosial ekonomi suatu petani maka semakin besar jumlah tabungan petani serta semakin tinggi intensitas dan frekuensi petani tersebut untuk menabung. Semakin tinggi luas kepemilikan lahan maka pendapatan petani akan semakin tinggi, dan intensitas dan jumlah tabungan akan semakin besar. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki petani, maka akan lebih mudah seorang petani menentukan tujuan menabung. Semakin tinggi tingkat keikutsertaan dalam organisasi masyarakat maka petani akan banyak mendapatkan informasi berkaitan dengan menabung.

Lestari (2008) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara luas kepemilikan lahan dengan motivasi kebutuhan ekonomi dalam menabung pada taraf signifikansi 95%. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan ekonomi dibutuhkan oleh setiap rumah tangga walaupun lahan yang dimilikinya sempit karena kebutuhan ekonomi sangat berkaitan dengan keberlangsungan hidup. Pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan motivasi kebutuhan ekonomi dalam menabung karena besar kecilnya pendapatan akan mempengaruhi motivasi petani dalam menabung. Hubungan dengan organisasi sosial memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan motivasi kebutuhan ekonomi dalam menabung dikarenakan banyaknya organisasi sosial

yang diikuti, tingkat keaktifan dan kedudukan dalam organisasi sosial tidak memberi pengaruh dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi.

B. Penelitian Terdahulu

Kartikasari (2013) dalam penelitiannya yang berjudul manajemen keuangan dan perilaku menabung pada keluarga petani bahwa variabel perilaku menabung dilihat dari 5 variabel yaitu kegiatan menabung, tempat dan alasan memilih tempat menabung, intensitas dan frekuensi menabung, besar tabungan dan tujuan menabung. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis inferensia dan uji regresi logistik. Hasil dari penelitian ini adalah 78,9% petani pemilik melakukan kegiatan menabung dan sisanya tidak melakukan kegiatan menabung dengan alasan bahwa uang yang didapat setiap panen tidak cukup untuk menabung. Sebagian besar petani memilih lembaga non formal seperti arisan dan tabungan di rumah daripada menabung di lembaga keuangan formal karena dirasa tidak repot karena biasanya uang arisan diambil ke rumah responden yang mengikuti arisan. Keluarga petani menabung rata-rata Rp. 7.654 per hari. Sebesar 20 % keluarga petani menabung sebesar Rp. 46.909 per minggu. Sementara, keluarga petani yang menabung setiap bulan rata-rata Rp. 175.857 per bulan. Tujuan petani menabung adalah mengantisipasi kejadian yang tidak terprediksi yaitu sebesar 64%.

Dalam penelitian Lestari (2008) tentang hubungan status sosial ekonomi petani dengan motivasi menabung pada lembaga keuangan di Kecamatan Bondosari Kabupaten Sukoharjo bahwa status sosial ekonomi yang diteliti meliputi luas penguasaan lahan, pendapatan rumah tangga, pekerjaan non

pertanian, kekayaan dan keterlibatan dalam organisasi sosial. 70% petani memiliki luas lahan yang relative sedang yaitu antara 0,5 – 1 Ha. Untuk pekerjaan non pertanian, 44% petani memiliki pekerjaan non pertanian yang rendah, ini disebabkan karena petani takut akan resiko dan keterbatasan modal. Pendapatan petani berada pada kondisi sedang yaitu berkisar antara Rp. 1.000.000 – 1.500.000,. Keterlibatan dalam organisasi sosial dilihat dari tiga hal yakni, jumlah organisasi yang diikuti, tingkat keaktifan dan kedudukan dalam kepengurusan organisasi sosial.

Nazrian dan Hidayat (2012) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa keputusan nasabah melakukan kegiatan menabung di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya produk lokasi, keamanan, promosi dan kredibilitas. Dari lima variabel tersebut, produk memiliki bobot paling tinggi dengan bobot 246. Menurut mayoritas masyarakat, produk tabungan yang terdapat di bank Sumut telah memenuhi kebutuhan masyarakat. Faktor penting selanjutnya adalah lokasi, mayoritas masyarakat menginginkan lokasi bank Sumut yang mudah dijangkau dan menyediakan fasilitas ATM (*Automatic Mechine Teller*). Mayoritas masyarakat menginginkan jaminan keamanan yang dilakukan oleh pihak bank seperti system pelayanan yang terbaik serta fasilitas yang mendukung yang membuat nyaman nasabah. Promosi merupakan salah satu yang menarik minat nasabah. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Kredibilitas memiliki bobot terendah yaitu 163. Masyarakat setuju jika kredibilitas menjadi salah satu tolak ukur keputusan nasabah melakukan kegiatan menabung.

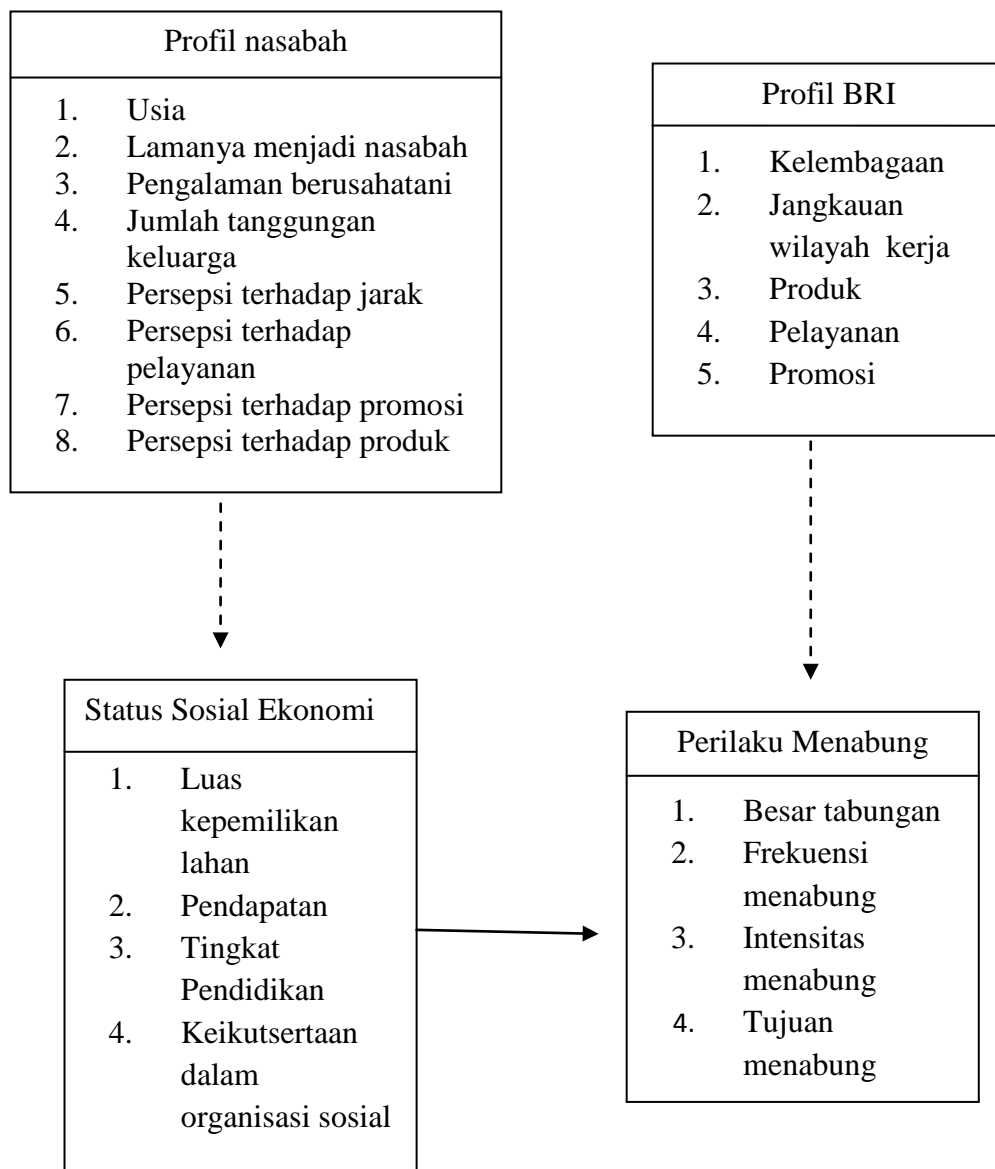
Menurut Rahayu (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Akseibilitas petani bawang merah terhadap lembaga keuangan mikro sebagai sumber pembiayaan menunjukkan bahwa pendidikan memiliki nilai koefisien positif, artinya semakin tinggi pendidikan maka semakin berpeluang petani mengakses LKM BPR. Pengalaman usahatani bertanda positif artinya tingkat pengalaman usahatani petani yang mengakses LKM lebih tinggi daripada petani yang mengakses BPR, jumlah tanggungan keluarga bertanda negative artinya semakin sedikit jumlah tanggungan keluarga maka petani lebih berpeluang mengakses LKM BUKP daripada LKM BPR, frekuensi pengambilan kredit bertanda negative, pendapatan bertanda positif, jumlah kredit bertanda negative.

C. Kerangka Pemikiran

Perilaku menabung berkaitan erat dengan pengambilan keputusan petani dalam kegiatan menabung. Perilaku menabung meliputi besar tabungan, intensitas menabung, frekuensi menabung dan tujuan menabung. Perilaku menabung juga akan dipengaruhi oleh profil lembaga keuangan seperti kelembagaan, jangkauan wilayah kerja, pelayanan, promosi dan produk. Di dalam menentukan keputusan menabung di lembaga keuangan, petani akan berorientasi dengan masa depan dan kebutuhan mendesak. Perilaku menabung timbul karena adanya penekanan konsumsi pada masa sekarang untuk konsumsi pada masa yang akan datang. Hal ini timbul karena adanya faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam menabung yaitu status sosial ekonomi.

Sosial ekonomi petani karet meliputi luas kepemilikan lahan, pendapatan, tingkat pendidikan dan keikutsertaan dalam organisasi masyarakat. Status sosial ekonomi yang dimiliki semakin tinggi maka diharapkan perilaku menabung juga akan semakin tinggi.

Dari uraian tersebut, maka secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

-----> = tidak di analisis

D. Hipotesis

Diduga terdapat hubungan yang signifikan antara status sosial ekonomi petani karet dengan perilaku menabung di lembaga keuangan di Desa Negeri Baru Kecamatan Blambangan Umpu Kabupaten Way Kanan Provinsi Lampung.