

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) terhadap Motivasi Keanggotaan Koperasi dengan asumsi melihat pada persepsi para anggota terhadap pembagian SHU, adapun yang dijadikan obyek adalah motivasi anggota sedangkan yang menjadi subyek dari penelitian ini adalah para anggota Koperasi Serba Usaha Galuh Aji yang berkedudukan di kabupaten Kulon Progo.

Berangkat dari tujuan penelitian maka cara penelitian adalah dengan menganalisis data sekunder berupa kuesioner yang di bagikan kepada para anggota, yang meliputi Motivasi Anggota dan Pembagian Sisa Hasil Usaha yang terdiri dari variabel (1) SHU untuk Anggota (2) SHU untuk Dana Cadangan (3) SHU untuk Pendidikan Koperasi (4) SHU untuk Keperluan lain. Alat analisis yang digunakan pada penelitian adalah kualitatif deskriptif dan dan kuantitatif induktif dengan analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), dan uji regresi serentak (uji F).

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa: (i) persepsi para anggota terhadap pembagian SHU mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi keanggotaan koperasi, besarnya pengaruh tersebut adalah 0,650 atau sebesar 65,0%. (ii) pengaruh tersebut didominasi oleh persepsi anggota terhadap SHU yang dibagikan kepada anggota besarnya pengaruh tersebut adalah 0,420 kemudian terbesar kedua persepsi anggota terhadap SHU untuk Dana Cadangan sebesar 0,344 dan terbesar ke tiga dan ke empat persepsi anggota terhadap SHU untuk pendidikan Koperasi dan persepsi anggota terhadap SHU untuk Keperluan lain besarnya pengaruh adalah 0,218 dan 0,173.

ABSTRACT

The objective of the research is to find out the Effect of Business Return Sharing toward The Motivation of the Cooperation Member, with the assumption to view on the perception of the members to the Business Return Sharing. While the object of the research is the member motivation and the subject of the research is the member of the multi Business Cooperation of Galuh Aji located in Kulon Progo regency.

Begin from the research objective, the research methods is by data analyzing of the secondary as a questionnaire wide spread to the members, including the Member Motivation and the Business Return Sharing consist of variabel (1) the Business Return for the member (2) Business Return for the reserve fund (3) Business Return for Cooperation Education, (4) Business Return for another needs. Analysis techniques used in this research are descriptive qualitative and inductive quantitative, with a doubled linear regression, partial test (t-test) and a constant regression test (f-test).

The data analyzing results shown that (i) the members perception toward the Business Return Sharing has a significant effect toward the cooperation member motivation, the effect's latitude is 0,65 or as much as 65,0%. (ii) the effect is dominated by the cooperation member perception toward Business Return Sharing to be shared to the member and the effect latitude is 0,420 than the second largest or the member perception toward Business Return for the fund reserve is 0,344 and the third the fourth largest of the cooperation member perception toward the Business Return Sharing for cooperation education and the member's perception toward the Business Sharing for another needs, the effect latitude is 0,218 and 0,173.