

**PENGARUH PERLAKUAN STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM
MENINGKATKAN LABA BERSIH PADA PT. BANK MAYAPADA INTERNASIONAL**

*THE EFFECT OF TREATMENT STRATEGY CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN NET PROFIT
INCREASE AT PT. MAYAPADA INTERNATIONAL BANK*

Oleh:

Stefanus Christian Naukoko¹

Ventje Ilat²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi

Universitas Sam Ratulangi Manado

Email: naukoko.stefan@gmail.com¹

ventjeilat@gmail.com²

Abstrak: *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai kemampuan, sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap lingkungan (masyarakat) sekitar tempat perusahaan itu berada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perlakuan CSR terhadap peningkatan laba bersih pada perusahaan PT Bank Mayapada Internasional. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perlakuan CSR apakah berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih pada perusahaan PT Bank Mayapada Internasional. Metode penelitian komparatif dengan teknik analisis digunakan adalah model Uji Beda rata-rata dan Paired Sample T-Test, yaitu analisis dengan melibatkan dua pengukuran pada subjek yang sama terhadap suatu pengaruh atau perlakuan tertentu. Data yang digunakan adalah jumlah laba bersih per tahun yang diperoleh perusahaan selama periode 5 tahun (2006–2010) sebelum dan 5 tahun sesudah (2011–2015) program CSR di jalankan oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata laba bersih per tahun selama periode 5 tahun sebelum dan sesudah program CSR dijalankan secara intensif oleh perusahaan berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa secara signifikan perlakuan program strategi CSR yang dijalankan oleh perusahaan memberikan pengaruh terhadap peningkatan laba bersih pada PT Bank Mayapada Internasional. Manajemen Bank Mayapada sebaiknya meningkatkan efektifitas pelaksanaan program CSR agar dapat dimanfaatkan masyarakat dengan baik.

Kata kunci: *tanggung jawab sosial perusahaan, laba bersih*

Abstract: *Corporate Social Responsibility (CSR)* is a policy carried out by the company according to their ability, as part of their responsibility to the environment (society) about where the company is located. This study aimed to analyze the treatment effect of CSR to increase net income at PT Bank Mayapada International. The research objective was to determine whether the effect of treatment CSR affect the increase in net income at PT Bank Mayapada International. The research method of comparative analysis techniques used model is different test average and Paired Sample T-Test, the analysis involves two measurements on the same subject to any influence or specific treatment. The data used is the amount of net income per year from the company over a period of 5 years (2006-2010) before and after the 5-year (2011-2015) program run by the company's CSR. The results showed that the average net income per year over a period of 5 years before and after the CSR program was implemented intensively by different companies. This shows that the treatment significantly CSR strategy program that is run by the company to give effect to an increase in net income at PT Bank Mayapada International. Mayapada Bank management should improve the effectiveness of the implementation of CSR programs to benefit the public good.

Keywords: *corporate social responsibility, net profit*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsep CSR dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama, menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencapai profit, sehingga CSR merupakan bagian dari operasi bisnis, sedangkan konsep kedua, menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencapai laba (*profit*), menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup dari planet (*planet*). Kedua konsep ini sangat berbeda. Pendekatan pertama diwakili oleh *The Philanthropic Way* yang menyatakan bahwa CSR merupakan bagian dari operasi bisnis bukan merupakan tujuan dari perusahaan. Pendekatan ini banyak diterapkan di Amerika. Pendekatan kedua diwakili oleh *The Business Way* yang memberikan pandangan berbeda yaitu penerapan konsep ini di Negara Uni Eropa mengacu pada definisi dari *Global Compact Initiative* (GCI) yang dikenal dengan konsep 3P yaitu: *People* (*health, safety, and welfare*), *Profit* (*effectivity, efficiency, flexibility, and creativity*), dan *Planet* (*environmental quality and disturbances*) (Kodrat, 2009).

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut). Sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar tempat perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Secara umum *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat dinikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup. Atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek PT Bank Mayapada Internasional. Bank Mayapada melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sebagai wujud komitmen mendukung pembangunan berkelanjutan. Manajemen perusahaan berkomitmen mengelola bisnis perbankan melalui perilaku yang beretika dengan memperhatikan tiga pilar utama pembangunan berkelanjutan, yaitu aspek sosial (*people*), ekonomi (*profit*), dan lingkungan (*planet*).

Bank Mayapada mengacu pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam menyusun dan melaksanakan program CSR terkait dengan lingkungan hidup, ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja, pembangunan sosial dan kemasyarakatan, serta tanggung jawab kepada konsumen. Peraturan itu antara lain:

1. Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
2. Undang-Undang RI No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
3. Undang-Undang RI No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
4. Undang-Undang No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
6. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh perlakuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan laba bersih pada PT Bank Mayapada Internasional

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Akuntansi

Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2012:4) menyatakan Akuntansi adalah suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan peristiwa-peristiwa ekonomi dari suatu organisasi kepada para pengguna yang berkepentingan. Lain lagi dengan Horngren Harrison (2009:4) menyatakan Akuntansi adalah sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan.

Akuntansi Manajemen

Berikut ini adalah definisi Akuntansi Manajemen yang dikemukakan oleh para pakar yang dikutip oleh penulis, yaitu sebagai berikut.

1. Copeland & Dascher (2011) menyatakan bahwa akuntansi manajerial adalah bagian dari akuntansi yang berhubungan dengan identifikasi, pengukuran, dan komunikasi informasi akuntansi kepada internal manajemen yang bertujuan guna perencanaan, proses informasi, pengendalian operasi, dan pengambilan keputusan.
2. Akuntansi Manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan. (Krismiaji dan Aryani, 2011:1)
3. Akuntansi manajemen adalah salah satu bidang akuntansi yang tujuan utamanya untuk menyajikan laporan-laporan suatu satuan usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak internal dalam rangka melaksanakan proses manajemen yang meliputi perencanaan, pembuat keputusan, pengorganisasian dan pengarahan serta pengendalian. Informasi akuntansi manajemen perusahaan untuk memberikan manfaat bagi mereka yang berada dalam perusahaan dapat dihasilkan oleh akuntansi manajemen, sebagai contoh manajer dalam menentukan harga jual produk atau jasa memerlukan informasi tentang biaya produk dan aktiva yang diinstruksikan serta tindakan-tindakan yang akan diambil untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Supriyono (2011)

Manfaat Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen memiliki beberapa manfaat-manfaat yang dapat digunakan oleh perusahaan atau suatu badan usaha, berikut diuraikan manfaat-manfaat dari akuntansi manajemen:

1. Informasi akuntansi penuh (*Full accounting Information*)
Informasi akuntansi penuh dapat mencakup informasi masa lalu maupun informasi yang akan datang. Informasi akuntansi penuh mencakup informasi aktiva, pendapatan, dan atau biaya. Informasi akuntansi penuh selalu dihubungkan dengan objek informasi yang dapat berupa satuan usaha, produk, departemen, atau aktivitas. Dalam hubungan dengan satuan usaha tertentu (misalnya divisi dari suatu perusahaan), informasi akuntansi penuh dapat berupa informasi aktiva penuh (*full assets information*), informasi pendapatan penuh (*full revenue information*), dan atau informasi biaya penuh (*full cost information*).
2. Informasi Akuntansi Diferensial (*Differential Accounting Information*)
Informasi akuntansi diferensial merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan atau biaya dalam alternatif tindakan tertentu dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain. Informasi ini diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan yang terbaik diantara yang tersedia. Karena pengambilan keputusan selalu menyangkut masa depan, maka informasi akuntansi yang relevan adalah informasi masa yang akan datang pula. Informasi ini selalu ini menyangkut informasi yang akan datang. Karena pengambilan keputusan selalu menyangkut pemilihan alternative diantara berbagai alternatif diantara berbagai alternatif yang tersedia, maka informasi akuntansi yang bermanfaat adalah informasi akuntansi yang berbeda diantara tiap-tiap alternatif yang dipilih.

3. Informasi akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting information*)

Informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan informasi aktiva, pendapatan dan biaya yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggungjawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu. Informasi ini dapat dijadikan dasar untuk menganalisis kinerja manajer dan sekaligus untuk memotivasi para manajer dalam melaksanakan rencana mereka yang dituangkan dalam anggaran mereka masing-masing. Informasi akuntansi pertanggungjawaban menekankan hubungan antara informasi keuangan dengan manajer yang bertanggungjawab terhadap perencanaan dan pelaksanaannya sehingga informasi ini merupakan informasi yang sangat penting dalam proses pengendalian manajemen.

Corporate Social Responsibility

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap social maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Fahrizqi (2010), melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini terdiri atas ukuran perusahaan, profitabilitas, lavarage, dan ukuran dewan komisaris. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam perusahaan manufaktur indonesia cukup beragam dan tidak hanya terpaku pada ukuran perusahaan, profitabilitas, lavarage, dan ukuran dewan komisaris saja.

Dewi (2013), melakukan penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan pada ukm batik bakaran di kota pati. Penelitian ini menemukan hubungan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan pada ukm batik bakaran di kota pati. Besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan sebesar 38,5%

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Kuncoro(2009:124) menyatakan bahwa jenis data berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif merupakan data yang disajikan secara deskriptif atau yang berbentuk uraian. Sedangkan data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka-angka dan tabel. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif.

Kuncoro(2009:127) menyatakan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Sedangkan data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan sdipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dalam bentuk data sekunder

Penelitian ini dilakukan pada Bank Mayapada Indonesia yang mempunyai kantor cabang di Manado dengan mengumpulkan data-data yang telah di publikasikan oleh institusi yang menjadi objek penelitian ini. Data tersebut telah di publikasikan dalam laporan tahunan kinerja PT Bank Mayapada Internasional selama periode tahun 2010-2014.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan pengumpulan data sehingga dapat mendekati kesempurnaan dalam penyajian, maka perlu metode yang baik, mudah dan cepat diperoleh dalam rangka penyelesaian penulisan skripsi sesuai dengan objek yang diteliti.

Oleh karena itu metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan cara mempelajari dan mencatat data-data yang terdapat dalam publikasi PT Bank Mayapada Internasional terutama yang berkaitan dengan kinerja perusahaan serta CSR yang telah diungkapkan oleh bank tersebut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif yaitu profil perusahaan serta kinerja perusahaan yang tercermin pada laba perusahaan yang berhasil dicapai oleh PT Bank Mayapada Internasional selama periode 2006–2010 (sebelum pengungkapan CSR) dan selama periode 2011–2015 (sesudah pengungkapan CSR).

Metode Analisis

Model analisis yang digunakan adalah analisis perbandingan rata-rata (*Compare Means*) dengan metode *Paired-Samples T Test*. *Paired-Samples T Test* adalah metode analisis dengan melibatkan dua pengukuran pada subjek yang sama terhadap suatu pengaruh atau perlakuan tertentu. Pengukuran pertama dilakukan sebelum diberi perlakuan tertentu dan pengukuran kedua dilakukan sesudahnya. Dasar pemikiran metode analisis ini adalah bahwa apabila suatu perlakuan tidak memberi pengaruh maka perbedaan rata-ratanya adalah 0 (nol). Yang dimaksud dengan perlakuan disini adalah diungkapkannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Bank Mayapada Internasional.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Objek Penelitian

Nama perusahaan yang dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian adalah PT Bank Mayapada Internasional. Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 10 Januari 1990. Perusahaan PT Bank Mayapada Internasional bergerak di bidang usaha Perbankan. PT Bank Mayapada Internasional berjeniskan Perusahaan Perseroan Terbatas dan Perusahaan Terbuka. Modal dasar untuk perusahaan ini sebesar Rp 650.000.000.000 dan Modal yang telah ditempatkan dan sudah disetor penuh sebesar Rp 503.134.420.000. PT Bank Mayapada Internasional telah melakukan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Jakarta pada tanggal 7 Agustus 1997 dengan kode perdagangan MAYA. Alamat perusahaan PT Bank Mayapada Internasional terletak di Kantor Pusat Mayapada Tower, GF-3rd Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav 28 Jakarta 12920, Indonesia. Nomor Telepon PT Bank Mayapada Internasional yang bisa dihubungi yaitu (021) 521 228 atau (021) 521 2300. Perusahaan memiliki Faksimili yang bernomor (021) 521 1985 atau (021) 521 1995. Anda dapat juga membuka website PT Bank Mayapada Internasional yaitu, www.bankmayapada.com. Nama E-Mail PT. Bank Mayapada Internasional yaitu, corsec@bankmayapada.com. Anda juga bisa menghubungi Call Center perusahaan yang bernomor 5000-29. Jumlah Karyawan yang dimiliki oleh PT. Bank Mayapada Internasional sekarang ini, sebanyak 2.875 orang.

Pembahasan**Perkembangan Jumlah Laba Bersih perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Perkembangan Laba Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional selama periode 5 tahun sebelum CSR secara intensif direalisasikan sebagai program kegiatan perusahaan, maka gambaran perkembangan Laba Perusahaan selama periode tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Laba Bersih perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional Tahun 2006–2010

Tahun	Lab Bersih (Rp)	Perkembangan	
		Jumlah (Rp)	Persentase (%)
2006	Rp 36,185,000,000.00	-	-
2007	Rp 40,744,000,000.00	Rp 4,559,000,000.00	12.60%
2008	Rp 40,965,000,000.00	Rp 221,000,000.00	0.54%
2009	Rp 41,099,000,000.00	Rp 134,000,000.00	0,33%
2010	Rp 76,954,000,000.00	Rp 35,855,000,000.00	87.24%
	Rata-rata	Rp 10,192,250,000.00	25.18%

Sumber: PT. Bank Mayapada Internasional (Data diolah).

Tabel 1 dapat dilihat bahwa, Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional pada tahun 2006 sebesar Rp 36,185,000,000.00 telah meningkat menjadi Rp. 40,744,000,000.00 pada tahun 2007. Besarnya peningkatan laba di tahun 2007 adalah sebesar Rp 4,559,000,000.00, atau sebesar 12,60% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2008 Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional adalah sebesar Rp. 40,965,000,000.00. Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional pada tahun 2008 meningkat sebesar Rp.221,000,000.00 atau sebesar 0.54% dari tahun sebelumnya 2007. Laba Bersih PT. Bank Mayapada Internasional selanjutnya pada tahun dari 2009 telah meningkat sebesar Rp 134,000,000.00 atau sebesar 0,33% dari 41,099,000,000.00. Dan pada tahun 2010, Laba bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional adalah sebesar Rp 76, 954,000,000.00, telah mengalami peningkatan sebesar Rp 35,855,000,00.00 atau sebesar 87,24% dari tahun sebelum 2009. Dengan demikian, dapat disimpulkan rata-rata perkembangan Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional sebelum program Corporate Social Responsibility secara intensif dijalankan, yaitu sebesar Rp 10,192,250,000.00 per tahun atau sebesar 25.18%. Sementara itu, gambaran perkembangan Laba Perusahaan PT. Bank Mayapada selama periode 5 tahun sesudah CSR secara intensif direalisasikan sebagai program kegiatan perusahaan, maka hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional Tahun 2011–2015

Tahun	Lab Bersih (Rp)	Perkembangan	
		Jumlah (Rp)	Persentase (%)
2011	Rp 171,275,000,000.00	-	-
2012	Rp 263,289,000,000.00	Rp 92,014,000,000.00	53.72%
2013	Rp 385,351,000,000.00	Rp 122,062,000,000.00	46.36%
2014	Rp 435,561,000,000.00	Rp 50,210,000,000.00	13.03%
2015	Rp 685,227,000,000.00	Rp 249,666,000,000.00	57.32%
	Rata-rata	Rp 128,488,000,000.00	42.61%

Sumber: PT Bank Mayapada Internasional (Data diolah)

Tabel 2 dapat dilihat bahwa, Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional pada tahun 2011 sebesar Rp 171,275,000,000.00 telah meningkat menjadi Rp. 263,289,000,000.00 pada tahun 2012. Besarnya peningkatan laba di tahun 2012 adalah sebesar Rp 92,014,000,000.00, atau sebesar 53,72% dari tahun

sebelumnya. Pada tahun 2013 Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional adalah sebesar Rp. 385,351,000,000.00. Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional pada tahun 2013 meningkat sebesar Rp 122,062,000,000.00 atau sebesar 46,36% dari tahun sebelumnya 2012. Laba Bersih PT. Bank Mayapada Internasional selanjutnya pada tahun dari 2014 telah meningkat sebesar Rp 50,210,000,000.00 atau sebesar 13.03% dari 435,561,000,000.00. Dan pada akhir tahun 2015, Laba bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional adalah sebesar Rp 685,227,000,000.00 telah mengalami peningkatan sebesar Rp 249,666,000,000.00 atau sebesar 57.32% dari tahun sebelumnya 2014. Dengan demikian, dapat disimpulkan rata-rata perkembangan Laba Bersih Perusahaan PT. Bank Mayapada Internasional sesudah program *Corporate Social Responsibility* secara intensif dijalankan, yaitu sebesar Rp 128,488,000,000.00 per tahun atau sebesar 42.61%.

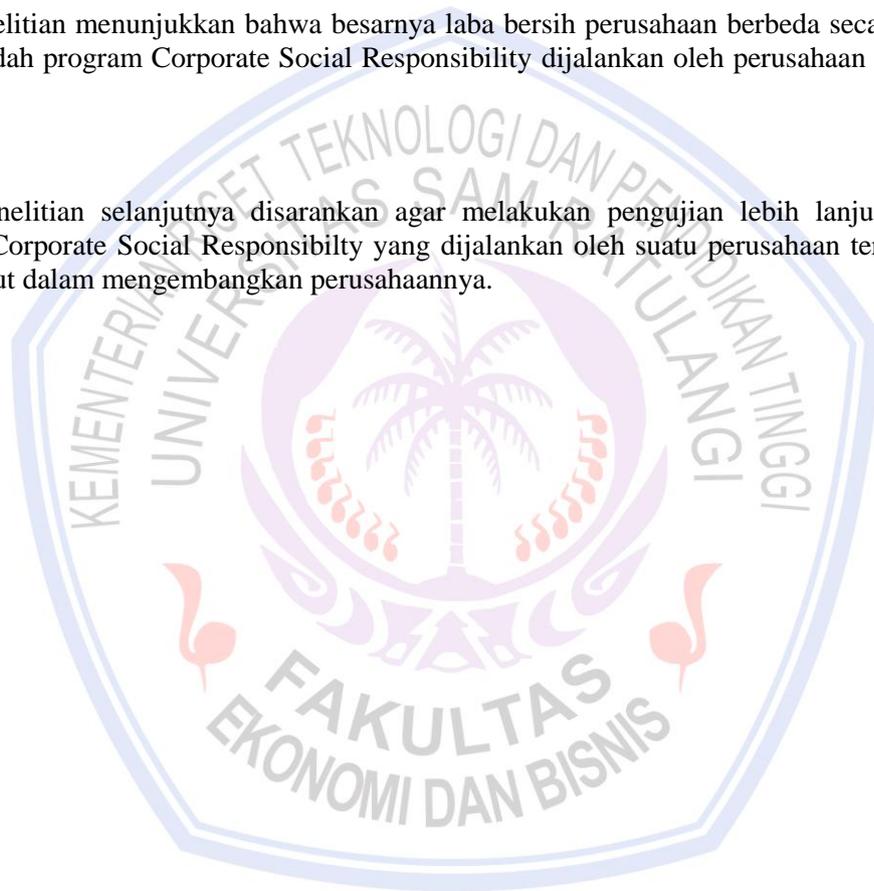
PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya laba bersih perusahaan berbeda secara signifikan antara sebelum dan sesudah program *Corporate Social Responsibility* dijalankan oleh perusahaan PT Bank Mayapada Internasional.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar melakukan pengujian lebih lanjut tentang pengaruh program strategi *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh suatu perusahaan terhadap keberhasilan perusahaan tersebut dalam mengembangkan perusahaannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Bank Mayapada. 2010. *Annual Report 2010*, Jakarta.
- Bank Mayapada. 2014. *Continuous Improvement Annual Report 2014*, Jakarta.
- Copeland R. M & Dascher P. E. 2011. *Managerial Accounting*, John Wiley & Sons, New York.
- Dewi Budi Kumala. 2013. Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran Di Kota Pati. *ejournal Universitas Negeri Semarang*. Semarang. lib.unnes.ac.id/18064/1/7350408045.pdf. Diakses tanggal 30 Mei 2016. Hal. 51-60.
- Fahrizqi Anggara. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *ejournal Universitas Diponegoro*. Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/24469/>. Diakses tanggal 30 Mei 2016. Hal. 10.
- Horngren Harrison. 2009. *Akuntansi*, Edisi Keenam Jilid 1, PT Indeks, Jakarta.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategik : Membangun Keunggulan Bersaing*, Edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metodologi Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Supriyono. 2011. *Akuntansi Manajemen*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Krismiaji dan Y. Anni Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*, Edisi Kedua, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Weygandt, Kimmel, Kieso. 2012. *Financial Accounting*, IFRS Edition, John Wiley & Sons, Inc, USA.