

## **Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Kerangka Konseptual dan Pelaporan Berdasarkan Maqashid Syariah**

Mumud Salimudin<sup>1\*</sup>, Dedah Jubaedah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

\*Email korespondensi: [mumudsalimudin@gmail.com](mailto:mumudsalimudin@gmail.com)

### **Abstrak**

*Dalam era globalisasi, Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi bagian penting dari tata kelola perusahaan yang berkelanjutan, terutama dalam memenuhi tuntutan sosial dan lingkungan. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), yang berlandaskan pada prinsip syariah, menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan perlindungan lingkungan. Namun, penerapan ICSR masih belum optimal, terutama dalam hal pelaporan dan transparansi terhadap maqashid syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi pustaka, menganalisis literatur terkait ICSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun konsep ICSR telah diterima secara luas, penerapannya masih sering bersifat formalitas dan belum menyentuh aspek substantif dari tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi ICSR berbasis maqashid syariah memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, serta mendukung keberlanjutan lingkungan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan perlunya integrasi lebih dalam antara prinsip syariah dan praktik bisnis modern agar ICSR dapat memberikan dampak nyata yang lebih signifikan bagi masyarakat dan lingkungan.*

**Kata Kunci:** Corporate Social Responsibility; Islamic Corporate Social Responsibility; Maqashid Syariah; Tanggung Jawab Sosial;

**Saran sitasi:** Salimudin, M., & Jubaedah, D. (2024). *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Kerangka Konseptual dan Pelaporan Berdasarkan Maqashid Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2448-2458. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14087>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14087>

### **1. PENDAHULUAN**

Dalam konteks globalisasi yang semakin kompleks, perusahaan-perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin penting untuk dipenuhi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi bagian tak terpisahkan dari tata kelola perusahaan yang baik (Hamdani, 2016). Perusahaan-perusahaan besar di dunia telah mengakui bahwa keberhasilan mereka tidak hanya diukur dari sisi finansial, tetapi juga dari dampak positif yang mereka berikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar (Darus et al., 2013). Dengan tuntutan konsumen dan investor yang semakin peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, perusahaan di seluruh dunia kini semakin memperhatikan CSR sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Perusahaan tidak hanya harus menghasilkan keuntungan secara finansial, tetapi juga harus mempertimbangkan dampaknya terhadap

lingkungan, masyarakat, dan pemegang saham (Qoyum, 2018).

Pentingnya *Corporate Social Responsibility* dalam konteks bisnis di Indonesia dan dunia tidak dapat diabaikan. Di satu sisi, CSR memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan mengurangi dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan. Di sisi lain, CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan dan memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan (Hasan et al., 2021). Tanggung jawab sosial perusahaan mengklaim bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pemiliknya, tetapi juga untuk kepentingan seluruh stakeholder yang terlibat dalam operasi perusahaan tersebut (Darus et al., 2013). Konsep CSR terkait erat dengan keberlanjutan perusahaan. Konsep CSR menuntut perusahaan untuk mengambil keputusan dan

menjalankan kegiatan perusahaan tidak hanya mengacu pada profitabilitas tetapi juga berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini dan di masa depan (Torelli, 2021).

Dengan demikian, urgensi CSR dalam konteks bisnis di Indonesia dan dunia sangatlah penting. Hal ini tidak hanya membawa manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga membantu perusahaan menciptakan nilai jangka panjang dan memperkuat posisinya di pasar. CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Hamdani, 2016). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami implementasi CSR yang sesuai dengan konteks bisnisnya dan memastikan bahwa nilai-nilai CSR terintegrasi dalam setiap aspek operasional perusahaan.

Dalam Islam, konsep tanggung jawab sosial memiliki fondasi yang kuat melalui ajaran-ajaran Al-Qur'an dan Hadis, yang mendorong keadilan, keseimbangan, dan kepedulian terhadap sesama. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) mengintegrasikan prinsip-prinsip ini dengan praktik CSR modern, sehingga menciptakan pendekatan yang holistik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Muhamad et al., 2019; Tanjung & Baharudin, 2019). Allah SWT berfirman:

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَاتَّقَى السَّبِيلَ وَالسَّابِقِينَ فِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: "Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat, melainkan kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari Akhir, malaikat-malaikat, kitab suci, dan nabi-nabi; memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, peminta-minta, dan (memerdekakan) hamba sahaya; melaksanakan salat; menunaikan zakat; menepati janji apabila berjanji; sabar dalam kemelaratan, penderitaan,

dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa" (QS Al-Baqarah [2]: 177).

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah konsep yang semakin mendapatkan perhatian dalam beberapa tahun terakhir. Pada intinya, ICSR merujuk pada tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah (Hendar, 2023). Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan sosial, serta perlindungan terhadap lingkungan. Dalam konteks ini, masyarakat secara umum mulai memahami bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial yang harus dipenuhi. Hal ini terutama relevan di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, di mana prinsip-prinsip syariah memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari dan praktik bisnis (Jufriadi et al., 2022).

Selain itu, peningkatan kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan di kalangan masyarakat juga didorong oleh perkembangan global yang menuntut perusahaan untuk beroperasi dengan lebih berkelanjutan dan etis. ICSR menawarkan kerangka kerja yang memungkinkan perusahaan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam operasi bisnis mereka, memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan (Hanic & Smolo, 2023). Dengan demikian, ICSR tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan ekonomi, tetapi juga sebagai cara untuk memenuhi tanggung jawab moral dan sosial yang diharapkan oleh masyarakat. Keberadaan konsep ICSR ini mencerminkan perubahan paradigma dalam cara perusahaan beroperasi dan diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat secara keseluruhan (Jufriadi et al., 2022).

Ekonomi Islam memberikan beberapa landasan filosofis yang membentuk sistem etika dalam kegiatan bisnis. Di antaranya adalah kesatuan yang tercermin dalam konsep tauhid, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (Al-Arif, 2017, hal. 37–41; Karim, 2017, hal. 42–44). *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah realisasi dari konsep pengajaran ihsan sebagai

puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada sesama agar mendapatkan ridha Allah SWT (Darus et al., 2014; Khurshid et al., 2014).

Meskipun konsep Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) telah banyak dibahas dalam literatur dan forum bisnis, terdapat kesenjangan yang signifikan dalam penerapannya di berbagai perusahaan. Banyak perusahaan yang mengklaim telah menerapkan ICSR, namun dalam praktiknya, pelaporan dan implementasinya masih jauh dari harapan yang ideal. Hal ini sering kali terlihat dari berbagai laporan tahunan yang tidak secara jelas menggambarkan kontribusi sosial dan lingkungan sesuai dengan maqashid syariah. Fenomena ini menunjukkan adanya masalah yang mendasar dalam pemahaman dan pelaksanaan ICSR yang benar dan konsisten di kalangan perusahaan. Sebagai akibatnya, tanggung jawab sosial yang seharusnya diemban oleh perusahaan tidak dapat dijalankan dengan optimal dan transparan (Umar et al., 2023).

Kesenjangan antara teori dan praktik ICSR ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang sejauh mana perusahaan benar-benar memahami dan berkomitmen pada prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnis mereka. Banyak perusahaan yang hanya fokus pada aspek-aspek tertentu dari ICSR yang lebih mudah diukur dan dilaporkan, sementara aspek-aspek yang lebih kompleks dan substantif sering kali diabaikan. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas perusahaan dalam menerapkan ICSR secara holistik dan berkelanjutan. Tanpa pemahaman yang mendalam dan komitmen yang kuat, pelaksanaan ICSR hanya akan menjadi sekadar formalitas yang tidak memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan sosial dan lingkungan (Wijayanti & Setiawan, 2023).

Salah satu kerangka kerja yang paling relevan dan komprehensif untuk mendefinisikan dan mengimplementasikan ICSR adalah Maqashid Syariah. Maqashid Syariah, yang berarti tujuan atau maksud dari syariah Islam, mencakup lima aspek utama: perlindungan agama (*Hifz al-Din*), jiwa (*Hifz al-Nafs*), akal (*Hifz al-'Aql*), keturunan (*Hifz al-Nasl*), dan harta (*Hifz al-Mal*). Penerapan Maqashid Syariah dalam ICSR tidak hanya memastikan bahwa kegiatan bisnis sejalan dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan (Abu Bakar & Md Yusof,

2015; Darus et al., 2013). Dalam konteks ICSR, perusahaan diharapkan untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Pendekatan ini menuntut perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan cara yang adil dan bertanggung jawab, yang mencakup perlindungan hak-hak dasar semua pemangku kepentingan. Teori maqashid syariah menekankan bahwa keuntungan ekonomi tidak boleh dicapai dengan mengorbankan kesejahteraan sosial dan lingkungan.

Penelitian tentang *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berbasis maqashid syariah memiliki beberapa alasan penting yang mendasarinya. Pertama, penelitian ini mengisi kekosongan penelitian yang ada dengan memberikan kerangka konseptual yang lebih komprehensif dan spesifik untuk ICSR, yang selama ini kurang terperinci dalam literatur yang ada. Kedua, penelitian ini relevan dengan isu kontemporer, mengingat meningkatnya kesadaran global akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan tuntutan masyarakat akan praktik bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Ketiga, penelitian ini berkontribusi signifikan terhadap kebijakan dan praktik ICSR dengan menyediakan panduan praktis yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyusun laporan dan mengimplementasikan ICSR sesuai dengan prinsip-prinsip maqashid syariah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur akademik tetapi juga memberikan dampak praktis yang dapat diadopsi oleh perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial mereka.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan menghimpun berbagai data sekunder yang berasal dari artikel jurnal, buku, serta dokumen-dokumen relevan lainnya. Semua sumber yang digunakan dipilih berdasarkan relevansinya dengan tema utama penelitian, yaitu Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR). Data yang terkumpul melalui proses ini kemudian dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan kesimpulan yang mendukung argumen dan temuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai pandangan dan temuan yang telah ada dalam literatur yang berkaitan.

Metode studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer, seperti wawancara atau survei langsung. Namun, pentingnya metode ini tidak dapat diabaikan karena memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dan menganalisis konsep ICSR. Dengan melakukan kajian literatur, peneliti dapat memperoleh informasi yang kaya dari berbagai perspektif yang telah dipublikasikan sebelumnya. Kajian ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur yang ada dan memberikan pandangan baru berdasarkan analisis kritis. Oleh karena itu, meskipun tidak bersifat empiris, metode ini tetap memiliki nilai penelitian yang tinggi.

Analisis kritis yang dilakukan terhadap literatur yang relevan memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dan implementasi ICSR. Selain itu, peneliti dapat mengkaji bagaimana penerapan ICSR berbeda dalam berbagai konteks, termasuk dalam kaitannya dengan maqashid syariah. Data sekunder yang dikumpulkan juga berfungsi sebagai dasar untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam penerapan ICSR di berbagai perusahaan. Dari hasil analisis tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan yang didukung oleh literatur dan memberikan rekomendasi yang relevan untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang berarti dalam kajian ICSR.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Definisi, Konsep dan Perkembangan Corporate Social Responsibility**

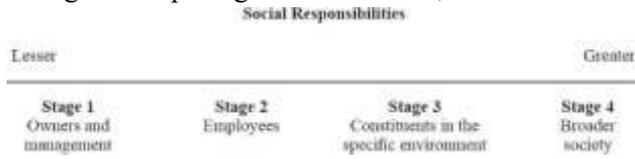
*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial korporat, sering dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan kepada seluruh *stakeholders*. Istilah korporat diartikan sebagai tingkat manajemen puncak/CEO pada setiap organisasi laba atau nirlaba; skala kecil, menengah atau besar; skala lokal, nasional atau global. Oleh karena itu, apabila ada istilah tanggung jawab sosial perusahaan, dimaksudkan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan di perusahaan bisnis (berorientasi pada laba). Istilah *stakeholders* sendiri merupakan pemangku kepentingan yang meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pesaing, lembaga keperantaraan, fasilitator, LSM dan publik lainnya (Kartini, 2020).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sesuatu yang menunjukkan kegiatan perusahaan selain meningkatkan keuntungan, seperti melindungi lingkungan, memerhatikan kebutuhan karyawan, melakukan bisnis beretika, dan terlibat dalam masyarakat setempat. Bowen mendefinisikan CSR sebagai sebuah keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan bagi masyarakat. Begitupun Davis mendefinisikan CSR sebagai usaha sukarela dari sebuah usaha atau bisnis untuk menciptakan keseimbangan ekonomi dengan keadaan lingkungan sosial yang baik. Sementara menurut Elkington CSR adalah sebuah konsep untuk organisasi khususnya perusahaan yang berkewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam seluruh aspek operasionalnya (Yusuf, 2017).

Elkington kemudian mengemas CSR ke dalam istilah *economy prosperity* (nilai harta kekayaan ekonomi), *environmental quality* (kualitas lingkungan hidup), dan *social justice* (keadaan sosial). Dan lebih dikenal dengan konsep *triple bottom line* (3P) yaitu *profit, planet, people* (Fauzia, 2021, hal. 333). *Triple bottom line* (3P) merupakan salah satu perumusan bagi keberhasilan perusahaan atas tanggung jawab sosial yang diusung oleh perusahaan. Peningkatan kesadaran sosial di perusahaan akan meningkatkan nilai entitas perusahaan tersebut.

Definisi yang cukup dikenal mengenai CSR mengandung empat kategori tanggung jawab sosial seperti yang dirumuskan Carroll yaitu *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, dan *discretionary responsibilities* (Kartini, 2020). Menurut Carroll, tanggung jawab ekonomi, meliputi usaha mendapatkan keuntungan untuk pemegang saham, menyediakan peluang pekerja, dan mengeluarkan produk yang berkualitas bagi pelanggan. Tanggung jawab undang-undang yaitu mematuhi undang-undang yang dirumuskan dan menjalankan aktivitas yang sesuai dengan undang-undang. Tanggung jawab etika, yaitu melaksanakan bisnis sesuai dengan nilai-nilai moral, melaksanakan apa yang dianggap perlu, adil dan menjauhi perkara-perkara yang dapat menimbulkan kesan negatif. Tanggung jawab sosial ialah memberikan bantuan secara sukarela kepada masyarakat, memberikan waktu dan uang dalam berbagai bentuk, salah satunya modal, untuk meningkatkan status sosial dan pekerjaan yang baik bagi masyarakat setempat (Cahya & Rohmah, 2019; Kartini, 2020).

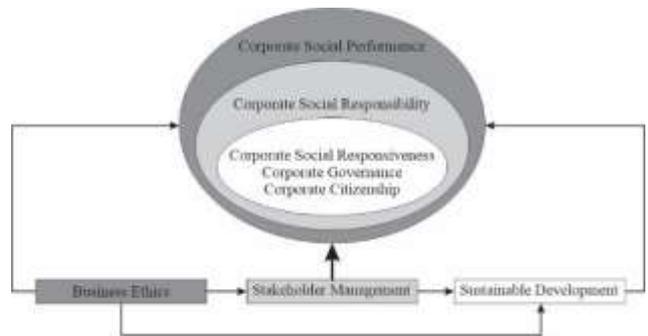
Robbin and Coulter menggambarkan perkembangan tanggung jawab sosial korporat dalam sebuah kontinum yang dibagi ke dalam empat *stage*, *stage* tersebut menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan pada berbagai konstituen. Sebagaimana pada gambar di bawah,



**Gambar 1. Tahap Perkembangan Social Responsibility**

Pada tahap awal (*stage 1*), tanggung jawab sosial korporat lebih tertuju kepada pemilik perusahaan (*shareholders/owners*) dan manajer. Pada tahap ini pemimpin perusahaan akan mengedepankan kepentingan para pemegang saham, yakni melalui berbagai upaya untuk menggunakan sumber daya perusahaan seefisien mungkin dan melakukan maksimasi laba. Pada saat yang sama perusahaan memperhatikan berbagai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Pada tahap kedua (*stage 2*), perusahaan mulai mengembangkan tanggung jawab sosialnya kepada para karyawan (*employees*) pada tahap ini manajer perusahaan tidak hanya memperhatikan maksimisasi laba, tetapi mereka mulai memberikan perhatian yang besar kepada sumber daya manusia. Pada tahap ketiga (*stage 3*), perusahaan mengembangkan tanggung jawab sosialnya kepada para konstituen dalam suatu lingkungan yang spesifik di mana konstituen tersebut biasanya merupakan komunitas lokal yang terkena dampak secara langsung oleh operasional perusahaan. Dan pada tahap keempat (*stage 4*) perusahaan tidak hanya mengembnagkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat lokal melainkan mencakup pula masyarakat dalam arti luas (Kartini, 2020).

Isu pelaksanaan CSR telah mengalami pergeseran dari kewajiban apa yang diharapkan oleh masyarakat untuk dilakukan perusahaan menjadi bagaimana perusahaan memberikan tanggapan berbagai isu sosial sampai kepada dampak apa yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan CSR bagi masyarakat maupun dampak bagi perusahaan yang menjalankan CSR (Kartini, 2020). Sebagaimana dapat dilihat pada gambar dibawah ini,



**Gambar 2. Keterkaitan antara Konsep CSR**

Perubahan isu CSR telah mendorong munculnya konsep *Corporate Social Performance*. Konsep *Corporate Social Performance* mengintegrasikan konsep CSR ke dalam model tiga dimensi, yaitu dimensi tanggung jawab sosial, dimensi tanggapan perusahaan terhadap isu sosial, dan dimensi dalam isu sosial apa yang menjadi perhatian sehingga perusahaan ikut terlibat. Hal mendasar yang ingin dicapai melalui pengenalan konsep *Corporate Social Performance* adalah agar pelaksanaan aktivitas CSR bukan semata-mata merupakan aktivitas perusahaan yang bersifat sukarela tetapi dapat diukur dampaknya terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan (*Corporate Financial Performance*) (Kartini, 2020).

**3.2. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)**

*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah realisasi dari konsep pengajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada sesama agar mendapatkan ridha Allah SWT (Darus et al., 2014; Khurshid et al., 2014). ICSR dibangun atas landasan *tasawwur* (*world view*) dan epistemologi Islam. Nilai dan budaya yang menjadi latar belakang konsep ICSR didasarkan pada al-Qur'an dan as-Sunnah. Konsep CSR didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga keberadaan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yaitu, menjadi hamba yang patuh kepada Allah dan khalifah yang adil (Mohamed Zain et al., 2014).

Oleh karena itu, setiap individu berkewajiban menjadikan semua aktivitas hiduonya sebagai bentuk pengabdian yang sempurna kepada Allah SWT, di sisi lain manusia diamanahkan untuk mengatur alam ini,

sehingga meningkatkan hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan makhluk ciptaan Allah SWT lainnya (Yusuf, 2017).

Pelaksanaan Islamic CSR merupakan instrument yang digali dari Al- Qur'an dan as-Sunnah agar dapat membantu mengharmonisasikan semua kepentingan para pihak yang terlibat dengan suatu entitas bisnis. Pelaksanaan CSR tersebut bukan sekedar menggugurkan kewajiban yang telah diperintahkan undang-undang, namun juga sebagai bentuk dari tanggung jawan kepada Allah SWT, manusia dan alam sekitar. Pelaksanaan ICSR wajib diyakini dan dipahami sebagai bagian menyeluruh dalam memenuhi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Adapun prinsip-prinsip utama pelaksanaan ICSR adalah (Yusuf, 2017):

a. Prinsip Tauhid

Dasar utama dari keyakinan dalam Islam adalah keyakinan bahwa tidak ada Tuhan yang disembah selain daripada Allah SWT. Setiap aspek kehidupan manusia harus meyakini hal ini. Sehingga semua aktivitas seperti ekonomi, politik, sosial dan budaya harus menjadikan Allah SWT sebagai tujuan utama. Ini ditegaskan dalam firman Allah SWT,

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: "Katakanlah (Nabi Muhammad), "Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tidak ada sekutu bagi-Nya. Itulah yang diperintahkan kepadaku. Aku adalah orang yang pertama dalam kelompok orang muslim." (QS al-An'am [6]: 162-163).

Pelaksanaan prinsip tauhid dalam konsep ICSR adalah sebuah keyakinan yang menjadikan seseorang melaksanakan bisnis sesuai dengan nilai-nilai yang digariskan oleh Allah SWT. siapapun yang terlibat dalam bisnis tidak diperbolehkan melakukan transaksi yang tidak beretika, menimbulkan kerugian bagi pihak lain, dan melaksanakan apa yang dilarang oleh Allah SWT (Yusuf, 2017).

b. Prinsip Khalifah

Makna khalifah merujuk pada peranan manusia untuk memanfaatkan, mengembangkan, menginfakkan, dan menggunakan harta milik

Allah SWT untuk kesejahteraan umat manusia. Sehingga perlakuan manusia dalam mengatur dan memakmurkan bumi mestilah tunduk sepenuhnya kepada kehendak Allah SWT. Prinsip khalifah ini merupakan prinsip yang telah ditegaskan Allah dalam firman-Nya,

أَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْقُضُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْقَضُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

Artinya: "Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar." (QS al-Hadid [57]: 76).

Pelaksanaan prinsip khalifah dalam konsep ICSR menuntut pelaku bisnis untuk memaksimumkan fungsi dan perannya guna meningkatkan dan memberdayakan pertumbuhan ekonomi seluruh *stakeholders*. Setiap keuntungan yang diraih selalu disisihkan untuk memberikan dampak kebajikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

c. Prinsip Keadilan

Keadilan merupakan sunnah kauniyah yang di atasnya Allah SWT menegakkan langit dan bumi. Syariat Islam datang untuk menegakkan masyarakat adil bagi semua ummat manusia, baik penguasa tau rakyat, Muslim dan non-Muslim. Allah SWT berfirman,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat." (QS al-Nahl[16]: 90).

Ayat al-Qur'an yang berbisacara tentang keadilan memberikan dua tafsiran penting bagi kehidupan manusia. Pertama, keadilan merupakan suatu konsep yang luas dan merangkum semua aspek kehidupan, sosial, ekonomi, politik dan juga

kerohanian. Kedua, keadilan menciptakan keseimbangan dan keharmonisan yang hendaknya dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupan di dunia.

Pelaksanaan prinsip keadilan dalam konsep ICSR akan mengurangi jurang ekonomi antara masyarakat yang kaya dan masyarakat miskin. Pelaksanaan program ICSR wajib menjadikan keadilan sebagai prinsip utama untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi terhadap semua *stakeholders*.

d. Prinsip Ukhuwah

Ukhuwah Islamiyyah merupakan sesuatu yang sangat penting dan mendasar, apalagi hal ini merupakan ukuran keimanan yang sejati. Hal pertama yang dilakukan Rasulullah SAW saat berhijrah adalah mempersaudarakan sahabat Muhajirin dan sahabat Anshar. Hal ini menunjukkan bahwa dalam satu komunitas masyarakat Muslim sangat dipentingkan adanya nilai-nilai persaudaraan. Sebagaimana Allah SWT berfirman,

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati." (QS al-Hujurat[49]: 10).

Prinsip *ukhuwah* inilah yang seharusnya menjadi latar belakang setiap pelaksanaan ICSR. Saling membantu sesama pemegang kepentingan seharusnya tampil sebagai sebuah kekuatan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian tanpa merugikan satu sama lain.

e. Prinsip Mewujudkan Masalah

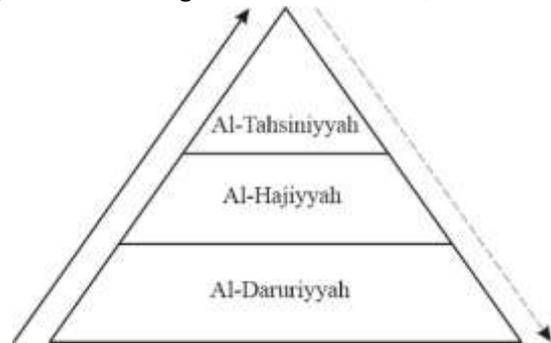
Tujuan pensyariaan adalah untuk menegakkan dan memelihara kemaslahatan serta menolak mafsadah (keburukan). Hal ini sesuai dengan tujuan pengutusan Rasulullah ke atas dunia ini, yaitu membawa rahmat bagi seluruh alam. Allah SWT berfirman,

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya: "Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam." (QS al-Anbiya [21]: 107).

Masalah yang dimaksud dalam pemahaman syariah ialah pemeliharaan terhadap kehendak syariah dan menolak kerusakan. Pemeliharaan terhadap kehendak syariah meliputi lima dimensi, perlindungan agama (*Hifz al-Din*), jiwa (*Hifz al-Nafs*), akal (*Hifz al-'Aql*), keturunan (*Hifz al-Nasl*), dan harta (*Hifz al-Mal*). (Darus et al., 2013) Ada dua landasan dasar pemeliharaan kemaslahatan yang bisa dijadikan kebijakan oleh perusahaan dalam melaksanakan ICSR. *Pertama*, sisi positif yaitu dengan melakukan kegiatan ICSR untuk memelihara hal-hal yang menjamin terciptanya kemaslahatan. *Kedua*, sisi negatif yaitu menolak dan menyingkirkan semua kemungkinan mafsadah yang terjadi atau yang akan terjadi dalam operasional bisnis. (Yusuf, 2017) Penerapan Maqashid Syariah dalam ICSR tidak hanya memastikan bahwa kegiatan bisnis sejalan dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Landasan kebijakan pelaksanaan ICSR yang bertumpu pada masalah akan memudahkan pengelola bisnis untuk memilih dan menentukan program ICSR yang dijalankan bagi terciptanya kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan CSR berdasarkan masalah dan maqashid syariah dapat digambarkan sebagaimana dibawah ini,



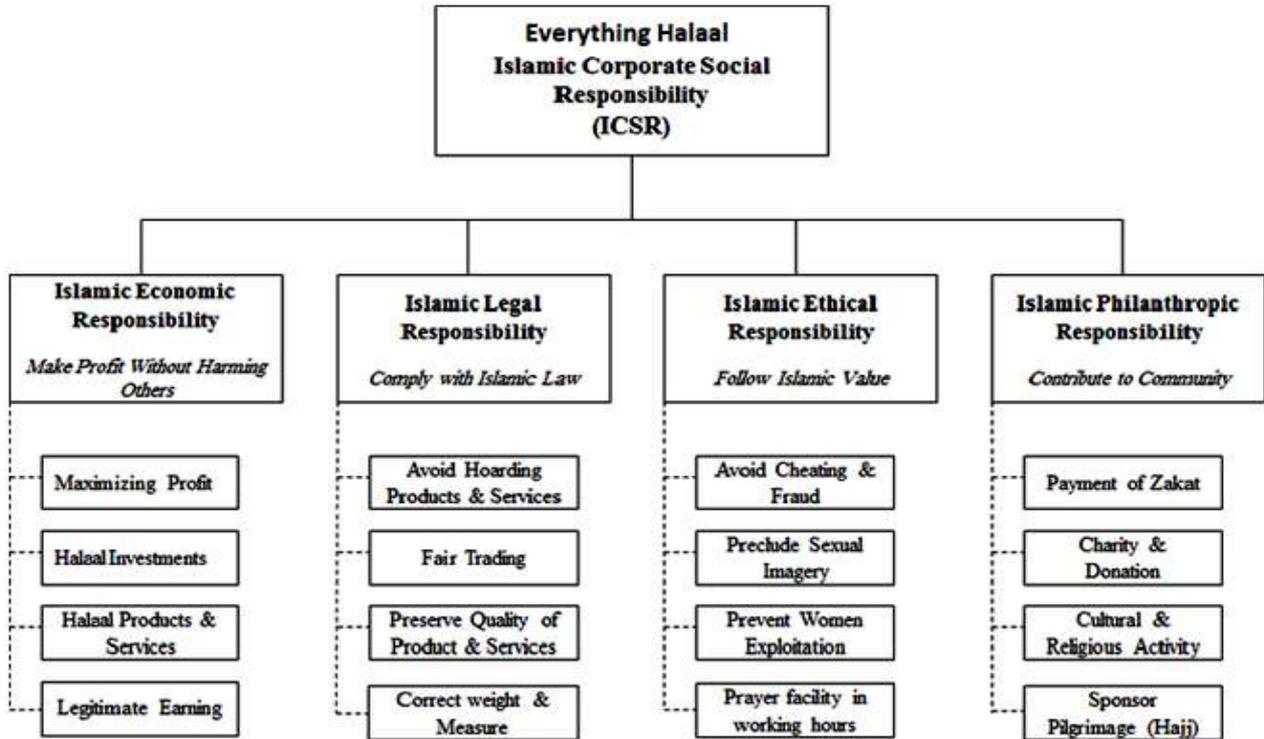
Gambar 3. Piramida Masalah

Menjalankan kebijakan ICSR dengan mengikuti piramida masalah memberikan implikasi untuk dapat mengelola kegiatan ICSR sesuai dengan prioritas sesuai dengan tiga tahapan kepentingan, *al-Daruriyyah*, *al-Hajiiyyah*, dan *al-Tahsiniiyyah*, jangan sampai dalam memenuhi kepentingan *al-Tahsiniiyyah* mengorbankan kepentingan yang lebih penting yang bersifat *al-Daruriyyah* atau *al-Hajiiyyah* (Dusuki & Abdullah, 2007).

Walaupun demikian tahapan piramida masalah bukanlah sesuatu yang kaku. Piramida masalah adalah sesuatu yang ideal namun fleksibel yang dapat

disesuaikan dengan keadaan lingkungan. Pencapaian masalah diusahakan sedapat mungkin diraih pada setiap tahapan prioritas. Ketika masalah ditahapan pertama dan kedua belum tercapai bukan berarti masalah pada tahapan ketiga ditinggalkan begitu saja, tetapi tetap diraih walaupun tidak sempurna (Dusuki & Abdullah, 2007).

Khursid mengemukakan model ICSR yang yang dapat dijadikan dimensi dalam menentukan aktivitas ICSR yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu *Islamic Economic Responsibility*, *Islamic Legal Responsibility*, *Islamic Ethical Responsibility*, dan *Islamic Philanthropic Responsibility*. Sebagaimana gambar di bawah ini,



**Gambar 4. Model Islamic CSR**

Kerangka kerja *Islamic Social Responsibility* Berdasarkan Maqashid Syariah mempunyai hubungan yang erat dengan tiga konsep hubungan tanggung jawab sosial yang diperanka oleh manusia. Tiga hubungan tersebut adalah hubungan tanggung jawab manusia dengan Allah, hubungan tanggung jawab manusia dengan manusia dan hubungan tanggung jawab manusia dengan alam sekitar. Ketiga hubungan tersebut didasarkan atas lima prinsip yaitu tauhid, khalifah, keadilan, ukhuwah, dan penciptaan masalah. Dari kelima prinsip hubungan tanggung jawab sosial manusia dibentuk empat dimensi yaitu *economic*, *legal*, *ethical*, dan *filanthropic*. Sebagaimana gambar di bawah ini,



**Gambar 4. Kerangka Konseptual ICSR Berdasarkan Maqashid Syariah**

### 3.3. *Islamic Social Reporting (ISR)*

*Islamic Social Reporting (ISR)* merupakan Salah satu cara untuk menilai pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah. Menurut Haniffa ISR adalah perpanjangan pelaporan sosial yang meliputi tidak hanya harapan dewan pengurus atas pandangan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam ekonomi tetapi juga pemenuhan perspektif spiritual untuk pengguna laporan yang muslim. ISR memiliki dua tujuan utama, yang pertama sebagai akuntabilitas kepada Allah SWT dan komunitas dan yang kedua yaitu untuk meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan muslim. Selain itu indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan.

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh Haniffa dengan membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat, dan Tema Lingkungan Hidup. Kemudian dikembangkan lagi oleh Othman et al dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema Tata Kelola Perusahaan. Setiap tema pengungkapan memiliki sub-tema sebagai indikator pengungkapan tema tersebut.

Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang bersumber dari nilai-nilai Al-Quran dan As-Sunnah dikenal dengan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam suatu kerangka yang dapat mengakomodir kebutuhan ini dikenal dengan ISR (*Islamic Social Reporting*) (Nahar et al., 2017). Pengungkapan ISR menekankan pada transaksi yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadits termasuk pengungkapan transaksi perusahaan terkait dengan transaksi yang telah bebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, pengungkapan zakat, status kepatuhan syariah dan aspek sosial seperti sadaqah, waqaf, qardulhasan hingga pengungkapan ibadah di lingkungan perusahaan.

Indeks ISR merupakan tolok ukur pelaksanaan aktifitas sosial syariah yang berisi kompilasi item-item pengungkapan standar CSR yang ditetapkan oleh AAOFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian

dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item pengungkapan tanggung jawab sosial yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas bisnis berbasis syariah di dalam pelaporannya (Cahya, 2021, hal. 3).

Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pengungkapan pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah. Terdapat enam tema pengungkapan yang ISR, lima diantaranya dikemukakan oleh Haniffa, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup. Dan satu tema pengungkapan ditambahkan oleh Othman dkk. yaitu tema tata kelola perusahaan (Othman & Thani, 2010).

- a. *Pendanaan dan Investasi (Finance & Investment)*  
Dalam tema pendanaan dan investasi informasi yang perlu diungkapkan oleh perusahaan yaitu sumber pembiayaan dan investasi yang bebas bunga (riba) dan spekulatif (gharar)
- b. *Produk dan Jasa (Product and Services)*  
Konsep ini merupakan tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan semua produk dan jasa yang jatuh ke dalam kategori haram, karena status halal dari produk atau jasa benar-benar harus diperhatikan.
- c. *Karyawan (Employees)*  
Seluruh aspek yang berkaitan dengan karyawan berasal dari konsep etika *amanah* dan *adl*. Dalam menjalankan pekerjaannya perusahaan harus memperlakukan karyawannya secara adil dan mendapatkan upah yang sesuai dengan beban pekerjaan mereka.
- d. *Masyarakat (Community)*  
Konsep yang mendasari tema masyarakat adalah *ummah*, *amanah*, dan *adl*. Maksud dari konsep tersebut adalah dalam Islam sangat menekankan pada pentingnya untuk saling berbagi dan membantu meringankan beban orang lain.
- e. *Lingkungan (Environment)*  
Konsep yang menjadi dasar dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting* di tema lingkungan adalah *i'tidal*, *mizan*, *akhirah*, dan *khilafah*. Konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggungjawab dalam menjaga lingkungan. Islam mengajarkan kepada seluruh manusia untuk memelihara, menjaga, dan melestarikan bumi beserta isinya.

f. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*) Dalam Islam, praktik mengenai tata kelola perusahaan adalah salah satu bentuk kewajiban sebagai muslim terhadap Allah SWT sehingga secara tidak langsung tercipta kontrak antara manusia dengan Allah SWT dan secara langsung kontrak antara sesama manusia.

#### 4. KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah mengalami perkembangan yang signifikan, terutama dalam mengintegrasikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial melalui konsep triple bottom line: profit, planet, dan people. Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) memperkuat konsep ini dengan menambahkan dimensi keagamaan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, seperti tauhid, khalifah, keadilan, ukhuwah, dan masalah. Meskipun penerapan ICSR telah diakui penting, banyak perusahaan yang masih berfokus pada aspek-aspek yang lebih mudah diukur, seperti keuntungan ekonomi, sementara tanggung jawab sosial dan lingkungan sering diabaikan atau hanya sebatas formalitas. Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan ICSR yang benar-benar holistik, dengan mempertimbangkan maqashid syariah, memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang lebih komprehensif dalam pelaksanaan ICSR, tidak hanya untuk memenuhi kewajiban sosial tetapi juga untuk menciptakan dampak jangka panjang yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan, serta memperkuat posisi mereka di pasar global.

#### 5. REFERENSI

Abu Bakar, F., & Md Yusof, M. A. (2015). Islamic Concept of Corporate Social Responsibility (CSR) from The Perspective of CSR Players at Bank Islam Malaysia Berhad. *International Conference on Accounting Studies (ICAS) 2015, August 2015*, 120–127.

Al-Arif, M. N. R. (2017). *Pengantar Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

Cahya, B. T. (2021). *Islamic Social Reporting: Transformasi Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berbasis Syariah*. Kencana.

Cahya, B. T., & Rohmah, F. (2019). Evolution of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position in the Continuum Social Responsibility. *JEBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5(2), 196–222. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i2.15143>

Darus, F., Amran, A., Nejadi, M., & Yusoff, H. (2014). Corporate social responsibility towards the community: Evidence from Islamic financial institutions in Malaysia. *International Journal of Green Economics*, 8(3–4), 273–287. <https://doi.org/10.1504/ijge.2014.067729>

Darus, F., Yusoff, H., Abang Naim, D. M., Zain, M. M., Amran, A., Fauzi, H., & Purwanto, Y. (2013). Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Framework from the Perspective of Maqasid al-Syariah and Maslahah. *Issues In Social And Environmental Accounting*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.22164/isea.v7i2.77>

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shari'ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility. *American Journal of Islam and Society*, 24(1), 25–45. <https://doi.org/10.35632/ajis.v24i1.415>

Fauzia, I. Y. (2021). *Etika Bisnis Islam Era 5.0*. Rajawali Pers.

Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika Dalam Praktik Bisnis*. Mitra Wacana Media.

Hanic, A., & Smolo, E. (2023). Islamic approach to corporate social responsibility: an international model for Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(1), 175–191. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2021-0284>

Hasan, I., Farida, L., & Kholilah, K. (2021). The role of Islamic Corporate Social Responsibility in building corporate image to increase customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(2), 83–94. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i2.5334>

Hendar, J. (2023). Maqashid Sharia As The Basis For Decision Making Of Corporate Social Responsibility Based On A Prophetic Legal Paradigm. *Prophetic Law Review*, 5(1), 104–125. <https://doi.org/10.20885/plr.vol5.iss1.art6>

Jufriadi, J., Rahman Mus, A., Mahmud, A., Imaduddin, I., & Mefawati, L. (2022). Contribution of Islamic Social Reporting toward the Improvement of All-Encompassing Financial Management. *Hong Kong Journal of Social Sciences*, 60(60). <https://doi.org/10.55463/issn.1021-3619.60.1>

Karim, A. A. (2017). *Ekonomi Mikro Islami (Kelima)*. Rajawali Pers.

- Kartini, D. (2020). *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Refika Aditama.
- Khurshid, M. A., Al-Aali, A., Soliman, A. A., & Amin, S. M. (2014). Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *Competitiveness Review, 24(4)*, 258–274. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2013-0004>
- Mohamed Zain, M., Darus, F., Yusoff, H., Amran, A., Fauzi, H., Purwanto, Y., & Abang Naim, D. M. (2014). Corporate ibadah : an Islamic perspective of corporate social responsibility. *Middle-East Journal of Scientific Research, 22(2)*, 225–232. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.22.02.21850>
- Muhamad, A., Syihab, A. H., & Achour, M. (2019). Quranic Messages on Environmental Sustainability: An Expository Study of Its Relevance. *Al-Bayan: Journal of Qur'an and Hadits Studies, 17(1)*, 38–59. <https://doi.org/10.1163/22321969-12340069>
- Nahar, A., Chariri, A., & Jatmiko, T. (2017). Islamic social report, good corporate governance, financial performance and company value. *The 2nd International Conference on Accounting, Business & Economics, October*, 1–16.
- Othman, R., & Thani, A. M. (2010). Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia. *International Business & Economics Research Journal (IBER), 9(4)*, 135–144.
- Qoyum, A. (2018). Maqasid Ash-Shari'ah Framework and the Development of Islamic Finance Products: The Case of Indonesia. *Tazkia Islamic Finance and Business Review, 12(2)*, 169–188. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v12i2.150>
- Tanjung, A., & Baharudin, M. (2019). Islam and environmental conservation. *Advanced in Social Science, Education and Humanities Research, 492(1)*, 105–109. <https://doi.org/10.1017/S0376892901000017>
- Torelli, R. (2021). Sustainability, responsibility and ethics: different concepts for a single path. *Social Responsibility Journal, 17(5)*, 719–739. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2020-0081>
- Umar, U. H., Besar, M. H. A., & Abduh, M. (2023). Compatibility of the CSR practices of Islamic banks with the United Nations SDGs amidst COVID-19: a documentary evidence. *International Journal of Ethics and Systems, 39(3)*, 629–647. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2021-0221>
- Wijayanti, R., & Setiawan, D. (2023). The role of the board of directors and the sharia supervisory board on sustainability reports. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 9(3)*, 100083. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100083>
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah: Teori dan Praktik*. Kencana.