

**EVOLUTION OF ISLAMIC SOCIAL REPORTING: VIEWED FROM ISLAMIC POSITION  
IN THE CONTINUUM SOCIAL RESPONSIBILITY**

**Bayu Tri Cahya**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, Indonesia.

Email: [cahyab380@gmail.com](mailto:cahyab380@gmail.com)

**Farida Rohmah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , IAIN Pekalongan, Indonesia.

Email : [riddafarida14@gmail.com](mailto:riddafarida14@gmail.com)

**ARTICLE HISTORY**

**Received:**  
2019-09-09

**Accepted:**  
2019-12-03

**Online available:**  
2019-12-31

**Keywords:**

*Islamic Social Reporting, Spiritual Perspective, Responsibilities*

**ABSTRACT**

Islamic Social Reporting (ISR) is a form of reporting on social activities based on spiritual principles and community expectations holistically related to the role of companies in society and the environment. This article analyzes the evolution and implementation of Islamic Social Reporting. This study was conducted with a literature study by reviewing the empirical evidence of previous research and the legal framework used as the foundation. This study reviews the evolution of the Islamic Social Reporting literature in an effort to evaluate its current position. From the review, it is proven that companies who implement the reporting of social activities presented in the company's annual report have been at the strategic level of the Islamic responsibility continuum. Where the level of corporate reporting in this category, indicates that the company has fulfilled the principle of social responsibility. The Strategic level itself includes altruistic responsibilities such as contributive actions to the community, providing decent wages to employees, conservation of the environment, so that long-term expectations can increase credibility and the level of trust of its stakeholders.

**ABSTRAK**

**Kata Kunci:**  
Islamic Social Reporting, Spiritual Perspective, Responsibilities

Islamic Social Reporting (ISR) adalah bentuk pelaporan kegiatan sosial berdasarkan prinsip spiritual dan harapan masyarakat yang secara holistik terkait dengan peran perusahaan dalam masyarakat dan lingkungan. Artikel ini menganalisis evolusi dan implementasi Pelaporan Sosial Islam. Penelitian ini dilakukan dengan studi literatur dengan meninjau

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

bukti empiris dari penelitian sebelumnya dan kerangka hukum yang digunakan sebagai yayasan. Studi ini mengkaji evolusi literatur Pelaporan Sosial Islam dalam upaya untuk mengevaluasi posisi saat ini. Dari tinjauan tersebut, terbukti bahwa perusahaan yang menerapkan pelaporan kegiatan sosial yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan telah berada pada tingkat strategis dari kontinum tanggung jawab Islam. Dimana tingkat pelaporan perusahaan dalam kategori ini, menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi prinsip tanggung jawab sosial. Tingkat Strategis itu sendiri mencakup tanggung jawab altruistik seperti tindakan kontributif kepada masyarakat, memberikan upah yang layak kepada karyawan, pelestarian lingkungan, sehingga harapan jangka panjang dapat meningkatkan kredibilitas dan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan.

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat tampaknya mengarah kepada *“back to nature”* (Harahap, 2001). Naisbitt menerjemahkan fenomena ini dalam bukunya *Megatrends-the Eight Asian Megatrends That are Changing The World* yang dituliskannya, Naisbitt menerjemahkan fenomena ini dalam berdasarkan hasil penelitian dengan memakai teori kecenderungan statistik menyebutkan bahwa di tahun 2000 dan seterusnya semakin mengalami peningkatan *religiosity* (Naisbitt, 1995). Artinya masyarakat akan memberikan perhatiannya kembali kepada ajaran agamanya. Fenomena ini benar adanya jika kita amati kenyataan perkembangan masyarakat baik dinegara kita maupun di tingkat internasional khususnya fenomena Islam. Dimana kegairahan Ghirah potensi umat Islam mulai tampak, khususnya di kalangan menengah keatas. Kajian mengenai Islam semakin banyak baik melalui mass media cetak literature mengenai Islam, perangkat hukum Islam dan fenomena terakhir munculnya lembaga bisnis dan keuangan yang menerapkan syariat Islam (Harahap, 2001).

Praktik bisnis ini mau tidak mau harus memeperhatikan fenomena berkembangnya kemajuan bisnisnya dengan *Syariah Compliance*. Oleh karena itu maka muncul pemikiran baru bahwa akuntansi harus merubah diri jika seandainya hal ini tidak mau ditinggalkan pemakainya atau di masukkan ke museum peradaban. Salah satu pemikiran itu adlah perlunya akuntansi menggeser fungsinya dari *Deccision Making Facilitating* kearah yang lebih bermanfaat. Dari sini lah muncul fungsi *accountability* yang sebenarnya telah ada sejak kelahirannya (Lee, 1994). Awal sejarahnya akuntansi muncul untuk pertanggungjawab sebagaimana jiwa ayat al-Qur’an Surat Al-Baqoroh: 282 dan sejarah awal munculnya profesi auditing. Dalam ayat ini disebutkan bagi umat mukmin untuk menulis transaksi yang belum tuntas (*not complited / non Cash*). Dalam ayat ini jelas sekali jelas sekali tujuan perintahNya

adalah untuk menjaga keadilan dan kebenaran. Artinya perintah itu ditekankan pada kepentingan *accountability* agar pihak yang terlibat dalam transaksi itu tidak dirugikan, tidak menimbulkan konflik dan adil, sehingga perlu para saksi. Al-Qur'an menyiratkan bahwa perlunya pertanggungjawaban melebihi dari sekedar pengambilan keputusan, inilah yang dinamakan keindahan *the beauty of Islam*. Secara implisit ternyata disiplin ilmu akuntansi sudah melang buana. Dalam sifat *Decision Making Tools*-nya kembali ke *basic* atau *nature* aslinya pertanggungjawaban. Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan munculnya *convergency* antara konsep kapitalis barat sudah terkoreksi dengan konsep Islam (Harahap, 2001).

Anggapan terhadap keberadaan pertanggungjawaban akuntansi berbasis syariah masih banyak dipertanyakan orang. Sama halnya pada masa lalu orang mempertanyakan apakah ada ekonomi Islam. Hal ini lumrah saja dan bergantung pada batasan atau definisi yang dipakai dan kejujuran ilmiah atau pengetahuan dari masing-masing pencetus itu (Muhammad, 2002). Namun lambat laun semuanya yang dahulunya masih dalam konsep akhirnya muncul sebagai sebuah fenomena empiris. Hal ini lah yang tercermin dari konsep *corporate social report* (CSR) dalam ekonomi Islam. Konsep CSR ini sendiri berkembang dengan dilatarbelakangi oleh prinsip *triple bottom line*. Istilah *triple bottom line* dipopulerkan oleh John Elkington (1997) dalam bukunya *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan 3 P (*profit, people, planet*). Namun pada perkembangannya diperluas menjadi *Fourth Bottom Line* yang tidak hanya memiliki motivasi untuk bisnis saja tetapi juga melampaui nilai humanistik dan alturistik yaitu prinsip yang menekankan pada spiritualitas (Sawaf dan Gabrielle, 2014), etika (Taback dan Ramanan, 2013), budaya dan rasa simpatik (Mowatt, 2014).

Konsep *Fourth bottom line* dicetuskan oleh Ayman Sawaf (2014) dalam upaya untuk mempertimbangkan konsep spiritual sebagai bagian dari konsep *Four Bottom Line*. Spiritualitas, menurut Sawaf (2014), didefinisikan sebagai hubungan yang bersifat khusus manusia dengan Tuhan nya. Sangat bagus untuk menghasilkan uang, memiliki dampak positif pada masyarakat / masyarakat dan lingkungan. Urgensi landasan spiritual dirasa sangat penting bila dikaitkan dengan melakukan suatu tanggung jawab dalam suatu aktifitas. Hal ini mendindikasikan bahwa spiritualitas merupakan elemen dasar dalam *fourth bottom line* yang berdampak pada kenyamanan kerja dan kebahagiaan para pemangku kepentingan. Intinya unsur tersebut dikonseptualisasikan sebagai bentuk prinsip-prinsip bisnis yang berlandaskan kepedulian dan belas kasih, Hal ini dikarena dengan sikap peduli dan berbelas kasih kepada pelanggan merupakan suatu nilai bisnis dengan cara altruistik (Mowatt, 2014) Konsep *Fourth bottom line* dirasa sangat sesuai dengan konsep *corporate social report* (CSR) yang berbasis syariah yaitu *Islamic Social Reporting*.ISR merupakan salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam. Maliah *et al.* (2003) menekankan bahwa ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif

## **Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility**

Islam, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*) Hal inilah juga yang diungkapkan Othman *et al* (2009) bahwa ISR merupakan salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam yaitu dengan penerapan ISR. ISR ini pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002), kemudian dikembangkan secara ekstensif oleh Othman *et al.* (2009) secara spesifik di Malaysia. Menurut Haniffa (2002) terdapat keterbatasan dalam laporan sosial konvensional sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual. Indeks ISR merupakan indikator pelaksanaan aktivitas sosial syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item tanggung jawab sosial yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Cahya, 2017).

Siwar dan Hossain (2009) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan berkontribusi terhadap konsep *social report* yang telah berkembang hingga saat ini. Oleh karena itu, kajian ini dimunculkan sebagai daya tarik tersendiri terhadap representasi dari evolusi ISR. Hal ini berkaitan erat dengan dasar-dasar pengembangan entitas bisnis syariah, terutama etika dan tanggung jawab sosial adalah sesuatu yang tidak boleh dipisahkan dalam berbagai aktifitas muamalat. Dimana sesuai dengan konsep nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw., sebagaimana digunakan untuk landasan tanggung jawab sosial perusahaan (Siwar dan Hossain, 2009). Tinjauan terhadap perkembangan ISR ini menggunakan pendekatan studi *literature* atas hasil-hasil riset terdahulu dan beberapa *literature* terkait pada beberapa tahun terakhir ini dikaitkan dengan . Penelusuran atas hasil riset terdahulu dilakukan sejak pertama konsep ini muncul, yaitu tahun 2002 sampai awal tahun 2019. Dimana kemudian untuk melihat .

### **LANDASAN TEORI**

*Corporate Social Responsibility*

#### **(CSR) DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Semua perusahaan harus bersikap proaktif berkaitan dengan persoalan tanggung jawab social. seperti halnya kemampuan yang di jelaskan oleh para pakar strategi kepercayaan dalam mengembangkan keuntungan kompetitif pasar, perusahaan perlu meningkatkan peran tanggung jawab social. tanggung jawab social perusahaan adalah salah satu topik yang banyak dibicarakan ini disebut dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR) atau *social responsibility of corporations* (Bertens, 2000).

Penerapan CSR dalam suatu perusahaan tanpa dukungan *stakeholder* eksistensinya tidak pernah akan terwujud. Dengan sikap saling mendukung akan saling menguntungkan diantara kedua pihak. Menurut Budimanta (2004) *stakeholder* yang di maksud antara lain pemerintah, investor, *supplier*, *costumers*,

kelompok politik, para pekerja, masyarakat dan asosiasi perdagangan.

Ada berbagai dimensi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas CSR yang telah dikemukakan oleh para ahli. Carroll (1999) mengungkapkan bahwa pelaksanaan CSR berlaku dalam empat dimensi, yaitu dimensi ekonomi, undang-undang, etika dan kepedulian social. Menurut Carroll (1991) 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 social dan pekerjaan yang baik bagi masyarakat setempat.

Dari perspektif yang di bangun Carroll (1991:1999), maka Lantos (2002) merincikan kepada tiga perspektif yang lebih detail. Pertama, perspektif etika. Perspektif ini melihat kewajiban moral yang mesti harus dipenuhi oleh perusahaan melebihi kewajiban ekonomi dan undang-undang. Kedua perspektif altruistic yaitu tanggung jawab untuk memenuhi pelaksanaan kebaikan (*philantrophy*) organisasi melebihi dari perspektif etika. Ketiga perspektif strategis yaitu perusahaan merasakan bahwa aktivitas CSR akan membawa keuntungan yang terus berkelanjutan kepada perusahaan.

Ada jurang yang membedakan antara CSR Barat dengan CSR dari sudut pandang Islam. Dalam Islam program CSR merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain (Beekun, 2004). Bandroen (2006) menyatakan Siddiqi, perbuatan adil hanya merupakan *corner stone of society*, sedangkan perbuatan ihsan merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan sifat ihsan, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukkan semua pihak, karena yang berlebih (kuat) secara ikhlas mau berbagi rasa dengan yang lemah. Dengan demikian dalam ajaran ihsan terbesit nilai moral altruistic yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri (*ananiyah = egoistis*). Disamping itu program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah sebagai pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang memiliki tugas sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad (2001), Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya. Manusia disorong untuk mencari rizki namun tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu manusia di dorong untuk berbuat ihsan

## **Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility**

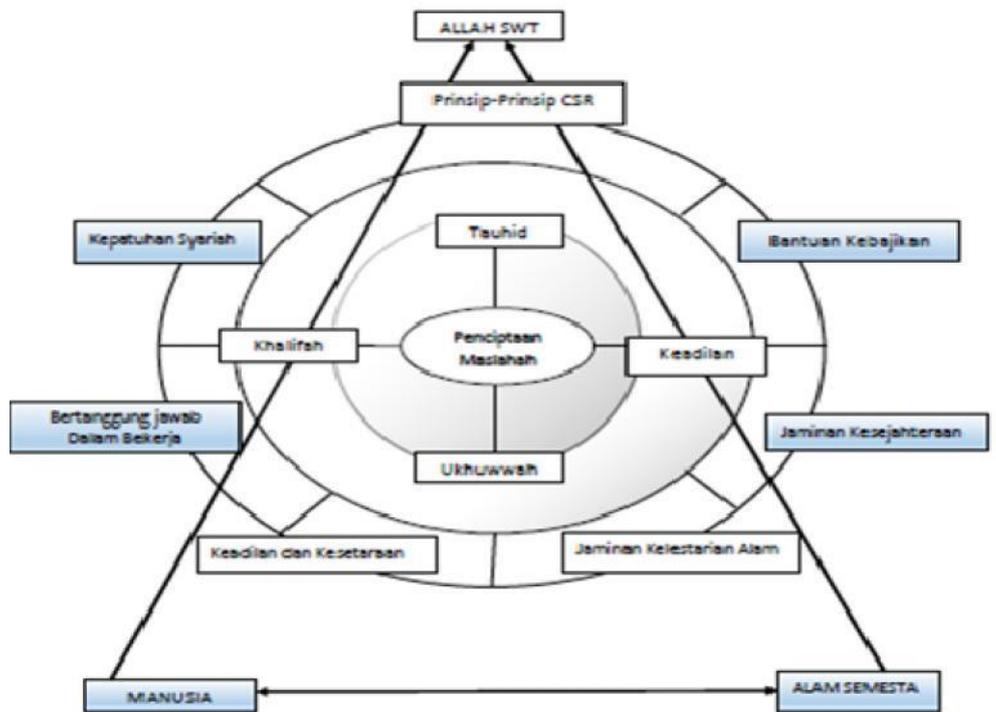
(baik) dan di larang membuat kerusakan di muka bumi (hal ini sesuai dengan firmanNya dalam QS. Al-Qashash, 28:77):

Islam sangat menekankan ajaran filantropi kepada seorang muslim yang berlebih berbagi rasa dengan orang lain. Zakat adalah contoh ajaran filantropi yang diwajibkan kepada setiap pemeluk Islam yang memiliki kemampuan, disamping itu yang hukumnya Sunnah seperti pemberian wakaf, infak, sedekah dan bentuk kebajikan lainnya. Subtansi ajaran ini mengingatkan kepada umat Islam agar mempunyai kepekaan terhadap orang lain, karena hal itu merupakan parameter kadar iman seseorang terhadap Tuhanya selaku Pemilik Mutlak alam semesta beserta isinya. Ajaran filantropi seperti ini secara substantif biasa diimplementasikan melalui sebuah institusi bisnis antara lain bentuk program CSR (Yusuf, 2017).

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam CSR, padahal isu CSR baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives (GRI)*, *UN Global Compact*, *International Finance Corporation (IFC)*, dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen CS perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan, seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Apabila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami (Sampurna, 2007).

Tanggung jawab social dalam Islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab social sudah mulai ada dan dipraktikkan sejak 14 abad yang silam pembahasan mengenai tanggung jawab social sangat sering disebutkan dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis.

Prinsip-prinsip tanggung jawab social yang telah digariskan dalam alqur'an dan assunnah harus dijadikan pedoman bagi kehidupan kaum muslimin dalam bergai kegiatan termasuk di dalam bisnis Islam. Kajian mengenai tanggung jawab social perusahaan (CSR) dalam Islam telah dijelaskan oleh beberapa peneliti, seperti Ekawati (2004), Muhammad (2007), Dusuki dan Nurdiana (2008) serta Zinkin dan Willian (2010) yang membahas tentang kajian konsep CSR dalam Islam juga melihat nilai-nilai persamaan CSR dalam Islam dengan kosep CSR yang berkembang di Barat.



Sumber : Yusuf (2017)

Gambar 1

Kerangka Konseptual Pelaksanaan I-CSR

Pelaksanaan CSR Islam memiliki nilai filsafah yang digali dari Al-Qur'an dan As-sunnah. Kemudian menjadi sebuah pedoman dalam berbagai aktivitas kehidupan tidak terkecuali dalam pelaksanaan CSR terhadap perusahaan-perusahaan yang dibangun berdasarkan nilai-nilai Islam. Falsafah Islam menjadi roh yang akan membedakan nilai-nilai yang datangnya dari Islam atau bukan dari Islam (Yusuf, 2017).

Menurut 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.

Dalam pelaksanaan program CSR, dapat memaksimumkan pemberdayaan masyarakat sebagai salah satu pihak *stakeholder* dengan menggunakan modal social yang ada dalam masyarakat dalam nbingkai peraturan '*urf*' yang sesuai dengan Islam. Dimana '*urf*' yang memiliki makna sesuatu yang berkesinambungan berhubungan satu dengan lainnya atau membawa ketenangan (Ma'luf, 2005). Ibrahim (2006) menyebutkan bahwa hakikat modal sosial adalah hubungan sosial yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari warga masyarakat,

## **Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility**

dimana hubungan sosial mencerminkan hasil interkasi sosial dalam waktu yang relatif lama sehingga menghasilkan jaringan, pola kerjasama, pertukaran sosial, saling percaya, termasuk norma dan nilai yang didasari hubungan social tersebut sebagai 'urf. Kajian yang dilakukan Ostrom (1993) menyimpulkan bahwa modal social merupakan salah satu prasyarat bagi keberhasilan suatu program pembangunan. Sementara itu, Rose (1999) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa modal social merupakan unsur yang penting bagi pekerjaan dalam organisasi informal dalam masyarakat dan sebagai unsur alternative dari organisasi resmi.

Hasil kajian Ostrom (1993) dan Rose (1999) mempunyai kesamaan dengan hasil kajian yang telah dilakukan oleh Ohama (2001), Fukuyama (2000), Badaruddin (2006, 2008) dan Ibrahim (2006) yang menyatakan bahwa modal social yang dibangun dengan peraturan 'urf yang sesuai dengan Islam dapat menjadikan program sosial memberikan efek yang lebih bermanfaat dan menyentuh pada unsur-unsur keperluan mendasar dalam masyarakat. Hal ini juga pernah diungkapkan pada kajian yang dilakukan oleh Ibrahim (2006) yang menyatakan bahwa modal social ini akan lebih baik bila dikembangkan dengan modal lain yang dimiliki komunitas setempat. Kemampuan dan kehidupan berorganisasi merupakan modal social bagi komunitas setempat. Bertitik tolak dari uraian diatas, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami (Sampurna, 2007).

### **SHARIAH CONCEPTUAL FRAMEWORK DALAM SOCIAL REPORTING**

Tujuan utama syariah adalah mendidik manusia, memantapkan setiap keadilan dan merealisasikan keuntungan bagi setiap manusia maupun di akhirat (Kamali, 1989). Syariah mengatur setiap aspek kehidupan umat Muslim, baik ekonomi, politik dan sosial dengan menjaga keyakinan, kehidupan, akal dan kekayaan mereka (Abdalati, 1975). Dengan kata lain, syariah berkenaan dengan peningkatan keadilan dan kesejahteraan masyarakat dan menetapkan pondasi dasar bagi moral, sosial, politik dan filsafat ekonomi masyarakat tersebut (Muhammad, 2002). Aspek moral dalam Islam ditopang dalam konsep tauhid, iman dan konsep-konsep lain yang berhubungan dengan konsep lain seperti: kebenaran, ketakwaan, ibadah, kewajiban dan ikhtiar. Akan tetapi tanpa kepercayaan adalah sulit untuk mencapai aspek yang lainnya. Tauhid adalah kepercayaan manusia untuk bergantung kepada Allah karena ada keterbatasan manusia (Q.S Al-An'am :162).

Oleh karena itu manusia perlu melakukan amal ibadah kepada Tuhan-Nya. Pendeknya tanda-tanda keyakinan dan moral dalam Islam ini hubungan manusia dengan Tuhan (*Habiminnaallah*), hubungan dengan Nabi serta hubungan sesama manusia (*Habuminnanaas*). Taqwa adalah aktivitas manusia menjalani

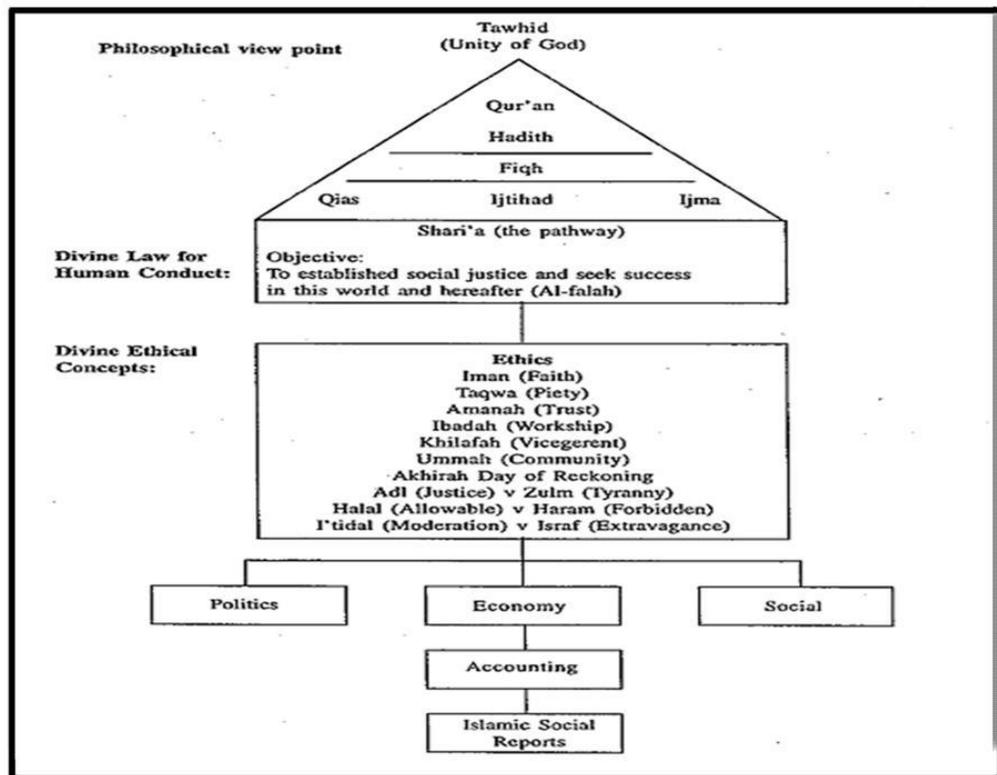
perintah dan menjalani larangan-Nya. Alqur'an mengatakan jika seseorang memiliki rasa taqwa yang tinggi maka dalam hidupnya akan memperoleh barokah (QS. At-Talaq:4; Al-Lail: 5-7). Orang yang Taqwa dapat mencegah terjadinya ketidakadilan dalam hal harta atau kekayaan. (QS. Al Baqarah:180). Kebajikan dan kebenaran terdiri atas kebaikan dan kesempurnaan yang diharapkan manusia dalam hidupnya. Salah satu wujud kebajikan seseorang adalah berkaitan dengan upaya untuk mengeluarkan harta dan kekayaan dalam bentuk *sodaqoh* (QS. Al Baqoroh: 124). Aspek sosial Islam yang didasarkan pada konsep tauhid dan *al-falah*, *masalahah*, dan ummah. Berdasarkan pada konsep tauhid, setiap orang akan mendapatkan hak yang sama dari Tuhannya. Berdasarkan konsep persamaan inilah tauhid, setiap pemahaman inilah peningkatan kesamaan dan kebajikan dalam masyarakat akan menjamin dicapainya keadilan (*a-falah*). Berdasarkan pada konsep syariah, manusia mampu dan memberikan manfaat pada orang lain merupakan konsep *masalahah*.

Konsep Ummah atau masyarakat dalam Islam memiliki karakteristik unik yang berhubungan dengan dasar masyarakat yang bersangkutan. Pondasi ummah pada dasarnya didukung oleh prinsip ketundukkan kepada kehendak Allah, patuh terhadap hukum-hukumnya dan komitmen terhadap takdirnya (QS. Al Imron: 104, 110 dan Al Baqoroh: 143). Aspek politis dalam Islam didasarkan pada konsep tauhid (QS. Al-Mulk: 1; Al Az Zumar: 6), musyawarah (QS. Ali Imron: 159; QS As-Syuro: 38), Adil, *bay'a* dan khilafah. (QS. AL-Baqoroh: 30; Ali Imron: 59).

Ekonomi Islam didasarkan pada konsep tauhid *tauhid al'adl wal ihsan*, *imhtiar* dan kewajiban yang ditegaskan dalam Al Quran dan Hadist (Naqvi, 1994). Berdasarkan konsep tauhid hal milik atas segala harta kekayaan ada pada Allah dan manusia hanya diberikan amanah untuk digunakan sesuai dengan yang diatur oleh syariah. Keseimbangan (*Al Adl wal ihsan*) dalam Islam didasarkan pada konsep normatif keadilan dalam arti sempit. Aktifitas ekonomi ataupun bisnis di dalam Islam merupakan bentuk ibadah oleh karena itu penggunaannya dalam Islam harus halal diperbolehkan menurut hukum Islam. Selanjutnya dalam menjalankan aktifitas ekonomi dan bisnis harus diawali dengan akad yang jelas, dilakukan pencatatan, tidak berlebihan (*israf*), moderat dalam melakukan konsumsi yang mengurangi timbulnya kelangkaan dan memenuhi kewajiban kepada masyarakat melalui zakat. Aktifitas tersebut dilakukan agar tercipta keadaan ekonomi yang berkeadilan dengan berdasarkan pada kesamaan dan transparansi (Muhammad, 2002).

Berdasarkan *conceptual framework* yang tersaji mengindikasikan bahwa paradigma syariah akan memasukkan konsep pertanggung jawaban dalam bidang akuntansi yaitu dengan paradigma deduktif. Paradigma ini akan menggunakan dasar penilaian tunggal dalam menentukan pendapatan atau *The True Income* atau *Deductif paradigm*. Pentingnya akuntan keuangan sebagai pihak yang memberikan layanan kelengkapan informasi keuangan.

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility



Sumber : Haniffa (2002)

Gambar 2 Shariah Conceptual Framework

Berdasarkan uraian tersebut paradigm syariah tampaknya menekankan antara *the extreme holistic, anomistic* dan dimensi radikal deksriptif tentang teori sosiologi. Paradigma syariah dalam akuntansi akan mempertimbangkan berbagai paradigma dengan menunjukkan adanya perbedaan ideologi akuntansi. Berdasarkan pijakan agama tersebut maka ada tiga dimensi yang saling berhubungan yaitu:

1. Mencari Keridhoan Allah sebagai tujuan dalam menentukan keadilan sosio ekonomi
2. Merealisasikan keuntungan bagi masyarakat, yaitu dengan memenuhi kewajiban kepada masyarakat
3. Mengejar kepentingan pribadi yaitu memenuhi kebutuhan sendiri

Pemenuhan ketiga bagian bentuk aktifitas ini adalah termasuk dalam ibadah, dengan kata lain akuntansi dapat dianggap sebagai suatu aktifitas ibadah sebagai seorang muslim, ketiga dimensi itu saling berhubungan untuk memenuhi kewajiban kepada Tuhan, masyarakat, dan hak individu, dengan berdasarkan prinsip syariah yang dapat diamati. Akuntansi berkembang mengikuti evolusi masyarakat. Berdasarkan paradigma yang dikemukakan oleh Kuhn (1970), paradigma akuntansi merupakan paradigma syariah yang dikembangkan berdasarkan kepercayaan masyarakat muslim. (Arief, 1985). Paradigma akuntansi syariah ini ditunjukkan bahwa syariah diturunkan dari tiga sumber, yaitu: Al- Quran, Hadis dan Fiqh. Sumber sumber tersebut secara urut secara hierarkhi tidak dapat

mendahului satu terhadap lainnya. Sumber yang pertama adalah selalu Al Quran, kemudian diikuti oleh Hadis, kemudian fiqh dan seterusnya (Muhammad, 2002).

### **ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)**

Semakin meningkatnya pelaksanaan Corporate Social Reporting (CSR) dalam dunia bisnis, maka hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya keinginan untuk membuat pelaporan sosial atau yang biasa disebut dengan social reporting. Beberapa pendapat yang membahas tentang pengungkapan social reporting. Social reporting merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Haniffa, 2002). Kaitannya dengan Islam, Islam telah menjelaskan cukup jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Alquran dan Hadis. Hal tersebut dikarenakan Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi.

Haniffa (2002) menyatakan bahwa kerangka pelaporan sosial konvensional hanya mempertimbangkan aspek material dan moral sehingga ada ketidakseimbangan dalam pengungkapan informasi akuntansi terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan, yang tergantung pada kelompok yang memiliki kekuatan terbesar. Sedangkan dalam prinsip-prinsip syariah, harus mencakup aspek material, moral, dan spiritual yang menempatkan hubungan antara manusia dan Tuhan, manusia, dan manusia, dan manusia dengan alam. Oleh karena itu, kita membutuhkan kerangka kerja pelaporan berdasarkan prinsip syariah dalam membangun Pelaporan Sosial Islam. Laporan ini dibuat untuk memenuhi tujuan akuntabilitas dan transparansi, tidak hanya bagi para pengambil keputusan dari kalangan Muslim tetapi juga untuk membantu perusahaan, terutama perusahaan dalam kategori syariah untuk memenuhi kewajiban mereka kepada Tuhan dan masyarakat. Salah satu cara untuk memberikan laporan sosial dalam Islam adalah dengan memanfaatkan ISR. Dengan menggunakan kerangka kerja ISR yang dibuat oleh Othman et al. (2009), penelitian ini akan mencoba membuktikan apakah tingkat pengungkapan ISR yang dilakukan oleh bank syariah dan konvensional berbeda jika dilihat dari Pelaporan Sosial Islam dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dengan demikian dapat memberikan pemahaman tentang apakah ada perbedaan dalam tingkat pelaporan sosial bank syariah dan bank komersial konvensional dalam hal *Corporate Social Responsibility (CSR)* konvensional dan dalam hal *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Penerapan ISR dapat diketahui dengan pengukuran Indeks ISR. Indeks ISR merupakan cara yang dibangun untuk mengetahui sejauh mana penerapan aktivitas sosial yang berbasis Islami dalam laporan tahunan perusahaan. Pada umumnya cakupan Indeks ISR yang mengacu pada literature dan penelitian-penelitian terdahulu meliputi enam tema pengungkapan, yaitu: *finance and investment theme, product and service theme, employees theme, society theme, environment theme,*

## **Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility**

*corporate governance theme* (Haniffa, 2002; Othman et al, 2009). Tema-tema pengungkapan ini meliputi pelaporan ekonomi yang harus mendasarkan pada prinsip akad-akad syariah, yaitu tidak mengandung *zhulûm* (kezaliman), *ribâ*, *maysîr* (judi), *gharâr* (penipuan), barang yang haram dan membahayakan.

ISR saat ini tuntutan publik agar entitas bisnis melakukannya, ini terjadi karena kesadaran masyarakat mengenai pentingnya *social report* tersebut. Seperti dikemukakan oleh Fitria dan Hartanti bahwa tanggung jawab sosial merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktiknya dalam bisnis (Fitria dan Hartanti, 2010).

ISR menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial baik bagi individu maupun institusi. Menurut Islam, *social report* yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. *Social report* juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati (Suharto, 2010).

Secara ilmiah ISR juga dilandasi oleh adanya *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* (Cahya, 2018). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. *Stakeholder* memerlukan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengungkapan (*disclosure*) terkait praktik *social responsibility* yang dilakukan perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Para *stakeholder* berhak untuk mengetahui semua informasi baik bersifat *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Sehingga yang dilakukan perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan perusahaan sendiri tetapi juga harus dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Purwanto, 2011). ISR sangat membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim yang ingin melihat bagaimana suatu entitas bisnis dalam mengimplementasikan aktifitas bisnis berbasis syariah. Di sisi lain ISR juga membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat menjadi landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensi

### **METODE PENELITIAN**

Literatur ini mencakup studi yang membahas atau menemukan teori referensi yang relevan dengan kasus yang ditemukan. Teori dan referensi tersebut diperoleh dengan melakukan penelusuran pustaka yang menjadi pondasi dasar atau instrumen utama. Menurut Sugiyono (2012), studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam

melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Langkah Studi pustaka pada kajian dengan mengumpulkan berbagai sumber dan menegaskan kembali hasil penelitian sebelumnya tentang implementasi pelaporan sosial Islam, sebagai topik baru yang diangkat dalam penelitian. Semua data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan secara analisis deskriptif, dengan menggambarkan fakta-fakta yang diikuti dengan memberikan pemahaman dan penjelasan yang relevan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### ISLAMIC POSITION IN SOCIAL RESPONSIBILITY CONTINUUM

Untuk menggambarkan posisi Islam berkaitan dengan konsep tanggung jawab perusahaan, bermanfaat untuk mempertimbangkan tanggung jawab perusahaan sebagai sebuah rangkaian mulai dari sikap tidak bertanggung jawab dan egois terhadap agama samai ke tingkat taqwa-sentris. Kontinum ini diilustrasikan pada Tabel 1, memiliki lima tingkat yang cukup berbeda: *irresponsible*, *minimalist*, *apathy*, *strategic* dan *taqwa-centric*. (Dusuki, 2008).

Tabel 1  
*Social Responsibility Continuum*

Level	Deskripsi
<b>Level 1</b> <b><i>Irresponsible</i></b>	Situasi ekstrem yang menggambarkan perilaku perusahaan yang tidak bertanggung jawab dan bahkan melanggar standar moral minimum yang dipersyaratkan oleh undang-undang. Tindakan semacam itu berbeda dari kecurangan, salah mengartikan pernyataan akuntansi, periklanan palsu, membuang limbah beracun di daerah pemukiman, melanggar undang-undang dan hak perlindungan karyawan seperti kesehatan, keselamatan kerja, upah kerja, jam kerja dan masalah ketenagakerjaan lainnya untuk merusak lingkungan dan menyalahgunakan hak asasi manusia lainnya.
<b>Level 2</b> <b><i>Minimalist</i></b>	Perusahaan dalam kategori ini mematuhi persyaratan minimum undang-undang yang memberlakukan tanggung jawab hukumnya dan bermain dengan 'peraturan permainan' sebagaimana dianjurkan oleh Friedman (1967, 1996). Di luar kepatuhan hukum, mereka hanya terlibat dalam beberapa kegiatan yang dilabeli sebagai <i>voluntary activities</i> atau lebih spesifik lagi aktivitas yang dianggap altruistik atau filantropis. Satu-satunya tujuan utama perusahaan semacam itu adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan pemegang saham

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

---

**Level 3  
Apathy** Perusahaan pada tingkat ini beroperasi dalam lingkup UU, pada saat yang sama berkomitmen terhadap tanggung jawab etis (wajib) yaitu melakukan bisnis secara moral, melakukan apa yang benar, adil dan adil, dan menghindari kerugian (Lantos 2002). Partisipasi mereka dalam kegiatan tanggung jawab sosial lainnya seperti bersikap altruistik dan filantropi. Dalam beberapa kasus, motifnya berorientasi pada keuntungan seperti menambahkan manfaat bagi karyawan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang sangat terampil. Oleh karena itu, kita dapat memberi label perilaku seperti sikap apatis atau ketidakpedulian dalam artian tidak ada upaya strategis dari pihak perusahaan

---

**Level 4  
Strategic** Perusahaan dalam kategori ini memenuhi tanggung jawab sosial mereka, termasuk tanggung jawab filantropi atau altruistik seperti memberikan kontribusi sukarela kepada masyarakat, memberikan waktu dan uang untuk pekerjaan baik yang mereka anggap dapat memberi manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, melalui publisitas dan niat baik yang positif, Sehingga meningkatkan reputasi perusahaan dan akhirnya mengamankan keuntungan jangka panjangnya.

---

Level	Deskripsi
<b>Level 5 Taqwa-centric</b>	Perusahaan pada tingkat ini mewujudkan tanggung jawab sosial mereka berdasarkan keyakinan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial terlepas dari konsekuensi keuangan, positif atau negatif. Keyakinan ini menjadi pandangan dalam Islam, yang dipandu oleh Shari'ah. Komitmen mereka terhadap masyarakat adalah manifestasi paradigma taqwa atau kesadaran Tuhan, yang juga mencerminkan pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip Islam seperti <i>vicegerency</i> atau <i>trusteeship</i> and <i>justice</i> . Inilah posisi moral dengan urutan tertinggi yang mewakili pandangan Islam tentang tanggung jawab sosial perusahaan

### PEMETAAN HASIL RISET TERDAHULU

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan dengan *Social Report Disclosure* khususnya *Islamic Social Reporting* serta unsur-unsur lain yang terkait dari tahun 2002 sampai awal tahun 2019 yaitu sebagai berikut:

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Haniffa (2002)	Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. Indonesian Management & Accounting Research.	Kerangka syariah dalam mengembangkan pengungkapan social Islam untuk memenuhi tujuan akuntabilitas dan transparansi

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Maali et al (2006)	<i>Social Reporting by Islamic Banks</i>	Pengaruh islam terhadap pelaporan soaisl dan mengembangkan seperangkat patokan pengungkapan kepada bank-bank Islam. Dan Pelaporab social berlandaskan konsep Islamib asih belum sesuai dengan ekspektasi.
Farook S (2007)	<i>Determinants of corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks</i>	Pengungkapan ISR dengan mengukur tingkat pengungkapan sosial dari 47 bank syariah yang beroperasi di 14 negara.
Othman, R. and Thani, Azlan Md (2009)	<i>Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah- Approved Companies in Bursa Malaysia.</i>	Mengembangkan indeks pengungkapan social Islam dengan mengadopsi dari model yag diajukan Haniffa (2002) dan di kembangkan kedalam enam tema yaitu: Keuangan dan Investasi, produk / jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan dan tata kelola perusahaan.
Ousma dan Fatima (2010)	Disclosure by Shariah Approved Companies: an Exploratory Study.	Menyelidiki sejauh mana pengungkapan sukarela (konvensional dan pengungkapan islama) dalam laporan tahunan pada perusahaann-perusahaan
Kamla dan Hussain(2010)	Social reporting by Islamic banks: does social justice matter?	ADanya pengungkapan oleh bank-bank Islam yang dieksplorasi tidak banyak memberikan perhatian pada skema atau inisiatif apapun untuk menghilangkan kemiskinan atau mpromosikan keasialan soasial di masyarakat.
Harapan dan Hassan (2010)	<i>Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks</i>	Ada 7 bak syariah di 7 negara dengan menggunakan model yang di srankan Haniffa dan Hudaib (2007). Dan ahsilnya hanya da sedikit dna tidak ada pada masyarakat tetatpi dinegara terbelakang bank tersebut menunjukkan lebih banyak informasi dan lebih transparan kepada masyarakat
Othman et al ( 2010)	<i>ISR Of Listed Companies In Malaysia</i>	Indeks pengungkapan tingkat ISR dianggap minim, sehingga menunjukkan kurangnya transparansi dalam pengungkapan sehubungan dengan nilai-nilai Islam meskipun fakta bahwa konsep akuntabilitas sosial di bawah Islam adalah terkait dengan prinsip pengungkapan penuh.
Fitria dan Hartanti (2010)	Islam And Social Responsibility: Comparative Disclosure Studies Based on Global Reporting Initiative	Islam dan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa Lembaga perbankan konvensional pada umumnya mendapat skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga perbankan syariah.

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Index And Islamic Social Reporting Index.	
Sofyani et al (2012)	Islamic Social Reporting Index As A Model Of Social Performance Measurement Of Sharia Banking (Comparative Study at Indonesian And Malaysia).	kinerja perbankan Islam di beberapa negara hasil risetnya menunjukkan bahwa kinerja sosial train-average perbankan Islam di Malaysia (75,44%) lebih tinggi dari pada di Indonesia (65,35) selama tahun 2009-2010. Walaupun begitu kinerja sosial sosialnya tergolong dalam kinerja yang cukup baik.
Lestari (2013)	Determinants of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia	Tingkat pengungkapan ISR pada Bank Syariah di Indonesia menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan tingkat profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat ISR, namun berlawanan dengan umur perusahaan dan proporsi komisaris independen
Sofyani (2014)	Islamic Social Reporting Syariah Banking in Indonesia, Malaysia and Saudi Arabia: A Study Using Anova	Hasil penelitiannya mengungkapkan aktivitas sosial perbankan Islam tertinggi adalah di Malaysia (73,66%), kedua di Indonesia (64%) dan terendah di Saudi Arabia (56, 64%)
Arsad et al (2014)	The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm's Performance : Empirical Evidence from Shari ' ah Compliant Companies	Tingkat pengungkapan Islamic CSR secara keseluruhan masih cukup rendah dan masih kurang menyentuh nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam atau di bawah perlindungan iman (Al-Din). Hasilnya adalah konsisten dengan penelitian sebelumnya. Ditemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan Islamic CSR dan kinerja perusahaan
Saridona dan Cahyandito (2015)	Social Performance of Indonesia Islamic Banking: Analysis of Islamic Social Reporting Index.	Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Bank berbasis Islam di Indonesia, sudah fokus pada kegiatan sosial, termasuk bantuan bagi masyarakat istimewa, program pendidikan seperti perbaikan alat pendidikan, dan juga perawatan kesehatan. Sayangnya, hanya sedikit bank-bank tersebut yang memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan
Cahya et al (2017)	Islamic Social Reporting: From the Perspectives of Corporate Governance Strength, Media Exposure and the Characteristics of Sharia Based Companies in	Pengungkapan ISR yang dilakukkan pada perusahaan yang terdaftar dalam JII menunjukkan pada tingkat 64-74%. Hasilnya menunjukkan bahwa kekuatan tata kelola perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pelaporan ISR. Namun ukuran perusahaan memiliki signifikansi negatif dan paparan media tidak berpengaruh

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Indonesia and its Impact On Firm Value	signifikan terhadap laporan sosial Islam. Sementara, ISR mampu memediasi hubungan antara kekuatan tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
Sugianto dan Harahap (2017)	The Integration Of Disclosure Of Islamic Social Reporting (Isr) In Islamic Bank Finacial Statement	Praktik pengungkapan sosial Islam dalam pelaporan Islam, Bank-bank di Indonesia masih lemah (belum optimal). padahal, bank syariah tidak hanya bertujuan mencari laba komersial tetapi juga memiliki fungsi sosial sebagai akuntabilitas, terutama kepada Tuhan.
Hasanah, et al (2017)	Analisis pengaruh GCG dan Kinerja Keuangan Terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)	Variabel ukuran komite audit, likuiditas, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Sedangkan variabel ukuran dewan komisaris, dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR).
Sulistiyawati dan Yuliani (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Islamic Social reporting perusahaan-perusahaan yang Terdaftar pada indeks saham syariah Indonesia (ISSI) tahun 2014-2016	Ukuran Dewan Komisaris Independen berpengaruh signifikan dan positif terhadap ISR secara parsial dan variable Size, Profitabilitas Leverage tidak berpengaruh positif terhadap ISR secara Parsial
Afrizal (2018)	Analysis of The Effect of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure on Company Financial Performance: Study at Listed Companies in Jakarta Islamic Index (JII) Period 2010-2017	Semakin baik Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) dan semakin tinggi pertumbuhan penjualan semakin tinggi maka Pengembalian Ekuitas atau kinerja keuangan perusahaan yang semakin tinggi
Susanti dan Nurhayati (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi islamic	Ukuran perusahaan, propitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR) perusahaan yang terdaftar pada Indeks saham Syariah Indonesia pada

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Social reporting perusahaan-perusahaan yang Terdaftar pada indeks saham syariah Indonesia (issi) tahun 2014-2016	tahun 2014-2016. Sedangkan Tipe perusahaan dan SBS berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting perusahaan.
Bahrudin, Habibi dan Iqbal (2018)	<i>A comparative analysis of the level of banking social reports disclosure in indonesia (islamic social reporting and corporate social responsibility approach)</i>	Terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pengungkapan laporan social perbankan syariah dan bank umum konvensional menggunakan indeks Islamic Social Reporting (ISR) dan CSR.
Santoso, et al (2018)	<i>Determinants of Islamic Social Reporting Disclosure: The Case of Jakarta Islamic Index</i>	Hasil keseluruhan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, board size, usia perusahaan, profitabilitas, bagian kepemilikan publik, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR pada perusahaan di JII.
Rizfani dan Lubis (2018)	Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index	Variabel yang berpengaruh signifikan secara negatif terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting adalah umur perusahaan dan leverage. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting. Adapun variabel lainnya, seperti jumlah dewan komisaris dan profitabilitas menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting..
Sabrina dan Betri (2018)	Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi	Penelitian ini menganalisis profitabilitas dan leverage berpengaruh positif dan signifikan Terhadap pengungkapan islamic social reporting. Sementara leverage secara parsial tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan islamic social reporting, selanjutnya ukuran perusahaan dapat memoderasi dengan memperkuat hubungan antara profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan islamic social reporting sebagai moderasi murni (Pure Moderator),
Widiyanti dan Hasanah (2018)	Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)	Penelitian ini menemukan bahwa variabel likuiditas, profitabilitas, jenis industri dan umur perusahaan berpengaruh signifikan

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	(Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2011-2015	terhadap pengungkapan ISR pada perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2011-2015. Sedangkan variabel jenis industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
Umiyati dan Baiquni (2018)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Islamic Social Reporting pada Bank Umum Syariah di Indonesia.	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR pada Bank Umum Syariah. Sedangkan, profitabilitas serta Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap pengungkapan ISR pada Bank Umum Syariah.
Hidayah dan Wulandari (2018)	Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (Issi) Tahun 2012-2015	Variable Probitabilitas Perusahaan, komisaris Independen, ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki pengaruh pada ISR pada perusahaan pertanian yang terdaftar dalam ISSI tahun 2012-2015
Mukhibad (2018)	Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Pengungkapan Islamic Sosial Reporting	Hasil penelitiannya membuktikan bahwa jumlah DPS, dan latar belakang bidang pendidikan DPS, tingkat pendidikan DPS memiliki pengaruh positif dalam pengungkapan ISR. Pengungkapan ISR pada Bank Syariah juga dipengaruhi secara positif oleh ukuran bank, jumlah dewan komisaris, dan tingkat leverage. Indikator yang paling kuat dalam debt ratio. Selanjutnya usia perusahaan tidak memiliki efek positif terhadap pengungkapan ISR.
Rahayu dan Budi (2018)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2013	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kinerja lingkungan hidup berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting. Sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting di Indonesia.
Nastiti (2018)	Analisis Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia	Analisis data selama periode 2014-2016, diperoleh hasil bahwa rata-rata tingkat pengungkapan ISR pada bank syariah mencapai skor 24 (55,7%) dari total 43 item checklist ISR.

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Cahya (2018)	Diskursus Islamic Social Reporting Sebagai Akuntabilitas Berbasis Syariah	Kajian ini menekankan bahwa Islamic social reporting (ISR) sebagai upaya untuk menyediakan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pengguna laporan keuangan. Kajian ini memberikan bukti bahwa akuntabilitas sangat penting untuk membuat sikap responsif terhadap entitas yang diperoleh serta menyadari bahwa harus ada sikap pertanggungjawaban yang harus dilakukan. Akuntabilitas berbasis syariah dibutuhkan bagi komunitas muslim dengan tujuan untuk menunjukkan pertanggungjawaban kepada sesama manusia, masyarakat, dan Allah Swt.
Perwitasari (2019)	Pengungkapan Islamic Social Reporting, ROA, ROE Dan BOPO : Pada Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2017	Hasil dari uji pada penelitian ini adalah Islamic Social reporting mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROE. Sedangkan pengungkapan ISR tidak berpengaruh terhadap BOPO.

Analisis data selama periode 2014-2016, diperoleh hasil bahwa rata-rata tingkat pengungkapan ISR pada bank syariah mencapai skor 24 (55,7%) dari total 43 item checklist ISR.

Kajian ini menekankan bahwa *islamic social reporting* (ISR) sebagai upaya untuk menyediakan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pengguna laporan keuangan. Kajian ini memberikan bukti bahwa akuntabilitas sangat penting untuk membuat sikap responsif terhadap entitas yang diperoleh serta menyadari bahwa harus ada sikap pertanggungjawaban yang harus dilakukan. Akuntabilitas berbasis syariah dibutuhkan bagi komunitas muslim dengan tujuan untuk menunjukkan pertanggungjawaban kepada sesama manusia, masyarakat, dan Allah Swt.

Hasil dari uji pada penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROE. Sedangkan pengungkapan ISR tidak berpengaruh terhadap BOPO. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan variabel yang sering mempengaruhi *Islamic Social Reporting* adalah karakteristik perusahaan meliputi *size*, *profitabilitas*, *board size*, umur perusahaan, *leverage*, jenis industri, dewan komisaris dan *corporate governance*. Bertitik tolak dari hasil empiris penelitian-penelitian terdahulu juga dapat diketahui bahwa pada dasarnya pengungkapan laporan tahunan entitas bisnis syariah sudah cukup akuntabel, tetapi dari unsur pengungkapan yang memperhatikan indeks ISR masih belum ada satupun yang mencapai hasil yang benar benar maksimal.

Bertitik tolak dari konsep *Social Report Continuum* yang dikembangkan

Dusuki (2008), maka penulis menyimpulkan bahwa evolusi dari implementasi ISR masuk dalam kategori *strategic* (artinya belum sepenuhnya menyentuh kategori *taqwa-centric*). Entitas bisnis dalam kategori ini sudah memenuhi tanggung jawab sosial mereka, termasuk tanggung jawab filantropi atau altruistik seperti memberikan kontribusi sukarela kepada masyarakat, memberikan waktu dan uang untuk pekerjaan baik yang mereka anggap dapat memberi manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, melalui publisitas dan niat baik yang positif.

Hal ini semakin menegaskan bahwa bangunan ekonomi Islam, khususnya aktivitas sosial juga menjadi salah satu elemen yang memiliki peran yang sangat signifikan dalam mekanisme perekonomian. Sektor sosial dalam sebuah sistem perekonomian dapat diklasifikasikan ke dalam sektor sukarela (*voluntary sector*) atau lebih dikenal dengan sektor ketiga. Sektor ini menjadi pelengkap dari dua sektor utama yaitu sektor publik dan sektor swasta (Sakti, 2007). ISR saat ini merupakan tuntutan publik agar perusahaan melakukannya, ini terjadi karena kesadaran masyarakat mengenai pentingnya *social report* tersebut. Sehingga hal ini dapat berdampak untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan akhirnya mengamankan keuntungan jangka panjangnya. Kerangka syariah ini akan menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual dalam pelaporan ISR perusahaan.

#### **SIMPULAN**

Kerangka ISR berbasis konsep syariah mengindikasikan bahwa perusahaan perusahaan terkait dengan pengungkapan laporannya telah mencakup esensi tanggung jawab sosial berbasis Islami. Perkembangan riset terkait ISR selalu menunjukkan peningkatan yang berkelanjutan, hal ini ditunjukkan dengan fenomena riset yang berkembang selalu mencoba mengisi celah atas review-review dari hasil studi yang secara khusus mengidentifikasi tanggung jawab sosial secara Islami.

Hasil empiris pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan oleh para entitas masuk dalam kategori *strategic*. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan telah berlandaskan pada prinsip *going concern*, meningkatkan kredibilitas dan status reputasi perusahaan, serta mengantisipasi atau menghindari resistensi sosial. Hal ini merupakan wujud aktualitas suatu komitmen entitas bisnis terkait tanggung jawab sosial mereka sebagaimana seharusnya dalam entitas bisnis berbasis syariah. Dalam konteks entitas bisnis berbasis syariah harus beroperasi dalam suatu sistem ekonomi Islam. Dampak dari pelaksanaan tersebut menyebabkan efek secara holistik dari operasi yang dapat kembali kepada konsep *Maqasid Al Syariah* (kesejahteraan masyarakat).

Bertitik tolak dari Evolusi riset-riset terdahulu terkait dengan ISR masih terdapat kesenjangan dalam memusatkan perhatian pada isu yang sama. Studi-studi terbaru lebih bersifat deskriptif dan empiris yang mencoba membuktikan eksistensi

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

indeks yang dikembangkan oleh peneliti sebelumnya. Berdasarkan pengamatan penulis implementasi ISR masuk dalam kategori *strategic*. Dalam kategori ini entitas bisnis dianggap sudah layak dalam mengungkapkan ISR sehingga diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya mengamankan prospek keuntungan jangka panjang. Kajian ini mengharapkan bahwa untuk penelitian selanjutnya harus dapat menggali lebih jauh konsep berkelanjutan sesuai dengan pedoman Syariah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A. (2018). *Analysis of The Effect of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure on Company Financial Performance: Study at Listed Companies in Jakarta Islamic Index (JII) Period 2010-2017*. Research Journal of Finance and Accounting, Vol.9, No. 24, 2018, p. 43-54
- Ahmad, Mustaq. (2001). *Etika Bisnis dalam Islam*, ter. Samson Rahman, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. Albadati, Hal .(1975). *Islam in Focus*, American Trust Publications, Indiana, USA.
- Alquran, Ministry of Religious Affairs. (2013). *Directorate General of Islamic Community Guidance*, Directorate of Islamic Affairs and Sharia Development. Jakarta: CV Aneka Ilmu.
- Alsaadi, A., Jaafar, A., and Ebrahim, M. S. (2013). Corporate Social Responsibility, Shariah-Compliant and Earnings Management. *Seventh Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference*, 44(0). p. 1-45.
- Arief, M. (1985). Toward the Shari'ah Paradigma of Islamic Economic: The Beginning of a Scientific Revolution, *The American Journal of The Islamic Science*, 2:1. p. 79-99.
- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., Haji-Othman, Y., and Ahmad, R. (2014). The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm ' s Performance: Empirical Evidence from Shari ' ah Compliant Companies. *European Journal of Business and Management*, 6(36). p. 161–174.
- Ayu, Debby Faras and Siswantoro, Dodik. (2013). *Implications of Asset Proxies. Profitability and Type of Industry in Islamic Social Reporting (ISR)*. Jurnal al-Muzara'ah, Vol. I, No. 1. p. 39-55.
- Badaruddin. (2006). *Modal Sosial dan pengembangan Model Transisi Modal Sosial dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi Pada Tiga Komunitas Petani getah di Kecamatan Rao Kabupaten Pasaman Sumatra Barat*. Penelitian Hibah Bersaing Perguruan Tinggi Dikti
- Badroen, Faisal, dkk. (2006). *Etka Bisnis dalam Islam*, Jakarta Kencana Predana Media Group Kerjasama dengan UIN Jakarta Press.
- Bahrudin, M., Habibi, A., and Iqbal, M. (2018). *A comparative Analysis of the Level of Banking Social Report Disclosure in Indonesia (Islamic Social Reporting and Corporate Social Responsibility Approach)*. Jurnal Terapan manajemen dan Bisnis, Vol. 4, No.1, March, p. 115-12.
- Beekum, Rafik Issa. (2004). *Etika Bisnis Islami*, Ter. Muhammad, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Bertens, K. (1998). *Pengantar Etika Bumi Baru*, Yogyakarta: Kanisius

- Budimanta, Arif. (2004). *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: ISCD
- Cahaya, Bayu Tri. (2017). *“Islamic Social Report: Ditinjau Dari Aspek Corporate Governance Strength, Media Exposure Dan Karakteristik Perusahaan Berbasis Syariah Di Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan”*, Disertasi, Medan: Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2017.
- Cahaya, Bayu Tri. (2018). *Diskursus Islamic Social Reporting Sebagai Akuntabilitas Berbasis Syariah*, *Madania: Jurnal Kajian Keislaman*, Vol 22, No 1. p. 49-62.
- Cahaya, Bayu Tri. (2018). *Islamic Social Reporting: Representasi Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah*, Bogor: UIKA Press.
- Cahaya, Bayu Tri., Nuruddin, Amiur and Ikhsan, Arfan. (2017). *Islamic Social Reporting: From the Perspectives of Corporate Governance Strength, Media Exposure and the Characteristics of Sharia Based Companies in Indonesia and its Impact On Firm Value*. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR- JHSS)* Volume 22, Issue 5, Ver. 10 (May), p. 71-78.
- Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. *Business Horizons*. 34 (4). p. 39-48.
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of Definition Consturct*. *Business and Society*: 38 (3), 268.
- Darus, F., Yusoff, H., Khadijah, N., and Azhari, M. (2013). *Environmental Disclosure of Islamic Financial Institutions (IFIs ): Preliminary Evidence from Malaysia*, 3(11), p. 433–439.
- Djakfar, Muhammad (2007). *Business Ethics in an Islamic Perspective*. Malang : UIN Maliki Bad Malang Press.
- Dusuki, A.W. (2008). *What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility?*. *Review of Islamic Economics*, Vol.12, No. 1, p. 1-28.
- Ekawati, Rully. (2004). *Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility) Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Jakarta. Tesis Master
- Elkington, John. (1997). *Canibal With Work: The Triple Botoom Line in 21s.t Century Business*. BS: New Society Publisher.
- Farook, S., Kabir Hassan, M., & Lanis, R. (2011). *Determinants of corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(2), p. 114–141.
- Fitria, Soraya and Hartanti, Dwi (2010). *Islam and Social Responsibility: Comparative Disclosure Studies Based on Global Reporting Initiative Index And Islamic Social Reporting Index*. Purwokerto: Simposium Nasional Akuntansi 13, 2010, p. 1-33.
- Friedman. (1996). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Profits. In Beyond Integrity: A Judeo- Christian Approach*, edited by M.S. Schwartz. Grand Rapids: Zondervan Publishing House.
- Friedman, Melton. (1967). *Capitalism and Freedom*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Fukuyama, Francis. (2000). *Social Capital and Civil Society*. IMF Working Paper. IMF Institute.
- Haniffa, R. (2002). *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*. *Indonesian Management & Accounting Research*, 1 (2), p. 128-146.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2001). *Akuntansi Islam*, Jakarta: Bumi Aksara.

## Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility

- Hasanah, N., & Widiyanti. (2017). *Analisis Pengaruh GCG dan Kinerja Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)*. E- Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. V, No.2 , p.115-120
- Hassan, A., & Syafri Harahap, S. (2010). *Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 3(3),p. 203–227.
- Hidayah, K., and Wulandari, M. W. (2017). *Determinan Faktor yang mempengaruhi Islamic Social Reporting pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2012-2015*. Ikonomika: Journal of Islamic Economics and Bisnis, Vol. 2, No. 2.
- Ibrahim, Linda D. (2006). *Memfaatkan Modal Sosial Komunitas Lokal dalam Program Kepedulian Korporasi*. Jurnal Filantropi dan Masyarakat Madani GALANG. Vol. 1 No. 2.
- Indrawaty and Wardayati, Siti Maria. (2016). *Implementing Islamic Corporate Governance (ICG) And Islamic Social Report (ISR) in Islamic Financial Institution (IFI)*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 219, p. 338-343.
- Jeff Mowatt, (2014). *Compassion as the fourth bottom line?. The Values-Based Business*. <https://valuesbased.biz..>
- Kamali, M.H. (1989). *Principles of Islamic, Jurisprudence*, Petaling Jaya, Malaysia: Pelanduk Publications
- Kamla, R., & Rammal, H. G. (2013). *Social Reporting by Islamic Banks: does social justice matter?* Accounting, Auditing and Accountability Journal, 26(6), p. 911–945.
- Kasim, N Aziah Abu. (2012). *Disclosure of Shariah compliance by Malaysian takaful companies*. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 3(1), p. 20–38.
- Khoirudin, Amirul. (2013). *Corporate Governance dan Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Accounting Analysis Journal, AAJ 2 (2), p. 227-232.
- Kuhn, T.S. (1970). *The structure of scientific revolutions. 2nd Edition*, Chicago Uni. The University of Chicago Press
- Lantos, Geoffrey P. (2001). *The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility*. Journal of Consumer Marketing 18 (7), p. 595-630.
- Lee D. Parker. (1994). *Here's to An Accountable Future*. (Australia: International Accounting Conference), 14-16 November 14-16.
- Lestari, Puji .(2013). *Determinants of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia*, International Journal of Business and Management Invention, 2 (10), 2013, h. 28-34.
- Ma'luf, Luis. (1976). *Al Munjid*. Beirut: Dar Al Masyriq.
- Maali, B., Casson, P. and Napier, C. (2006). *Social Reporting by Islamic Bank*. ABACUS, Vol. 42 No. 2.
- Maignan, I. and Ferrell, O. C. (2004). *Corporate social responsibility and marketing: an integrative framework*. The Journal of the Academy of Marketing Science, 32(1), p. 3-19. Muhammad. 2002. *Akuntansi Syariah*. Jakarta; Salemba Empat.
- Mukhibad, H. (2018). *Peran Pengawasan Syariah dalam Pengungkapan Islamic*

- Sosial Reporting*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma. Vol. 9, p. 299-311
- Naisbitt, John .(1995). *Megatrends-the Eight Asian Megatrends That are Changing The World*, Nicholas Breaaly Publishing Ltd, London.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. (1994). *Islam, Economics and Society*. United Kingdom: Kegan Paul International Ltd.
- Nastiti, A.S.,Nalisis. (2018). *Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember. p. 308-321
- Ohama, Yutaka. (2001). *Conseptual Framework of Participatory Local Social Development (PLSD)*. Modul dalam training on PSLD. Theories and Practices. Nagoya. JICA
- Ostrom, Elinor. (1993). *Crafting Institution. Self-Governing Irrigation System*. San Fransisco. ICS Press.
- Othman, R. and Thani, Azlan Md. (2010). *Islamic Social Reporting Of Listed Companies in Malaysia*. The International Business and Economics Research Journal, 9, April 2010, p. 135-144.
- Othman, Rohana A. Md. Thani, and E.K. Ghani. (2009). *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shari-ah-Approved Companies in Bursa Malaysia,Research*. Journal of International Studies, Vol. 12, p. 4-20.
- Ousama, A. and Fatima, A. (2010). *Voluntary Disclosure by Shariah Approved Companies: an Exploratory Study*. Journal of Financial Reporting and Accounting, 8(1), p. 35–49
- Perwitasari, D.,A. (2019). *Pengungkapan Islamic Social Reporting, ROA, ROE dan BOPO pada Bank Syariah di Indonesia Tahun 2015-2017*. Jurnal Ilmiah Ilmu AKuntansi, Keuangan dan Pajak, Vol. 3, No. 1. Januari. p. 24-28
- Purwanto, Agus. (2011). *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility*, Jurnal Akuntansi & Auditing, Vol.8/No. 1/November, p. 12-29.
- Putri, Tria Karina and Yuyetta, Etna Nur Afri. (2014). *The influence factors of Islamic Social Reporting At Companies Listed in Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) year 2011-2012*, Diponegoro Journal Of Accounting, 3(2), p. 1-9
- Rahayu, T. P and Budi, A.S. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan yang Tedaftar di Jakarta Islamic Index periode 2010-2013*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Kauntansi, Vol. V (2). p. 109-114.
- Rizfani, K. and Lubis, D. (2018). *Disclosure of Islamic Social Reporting among Companies in Jakarta Islamic Index*. Jurnal Al-Muzara'ah, Vol.6, No. 2.
- Rose, Richard. (1999). *Getting Things Done in an Antomodern Society: Social Capital Networks in Rusia*. Dalam Partha Dasgupta dan Ismail Serageldin (Ed). *Social Capital: A Multifaced Perspective*. Washington: The Word Bank
- Sabrina, N. and Betri. (2018). *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi*. Balance Jurnal Akuntansi dan Bisnis.
- Sakti. (2007). *Theoretical Analysis of Islamic Economics The Answer to Modern Economic Disorder*. Tangerang: AQSA-Publishing.
- Sampurna, M. E., Sinergi CSR dalam Perspektif Islam. 2007. Dipetik 15 Juli, 2015, dari [www.csrindonesia.com/data/articles/20080310083332-a.pdf](http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080310083332-a.pdf).

## **Evolution Of Islamic Social Reporting: Viewed From Islamic Position In The Continuum Social Responsibility**

- Santoso, N. T., Ningsih, R. M., and Paramitha, R. P. (2018). *Determinats of Islamic Social Repoting Disclosure: The Case of Jakarta Islamic Index*. Spinger Nature Singapore. p. 27-39
- Saridona, Resa and Cahyandito, Martha Fani. (2015). *Social Performance of Indonesia Islamic Banking: Analysisof Islamic Social Reporting Index*. International Conference on Economics and Banking.
- Sawaf, Ayman; Gabrielle, Rowan. (2014). *Sacred Commerce: A Blueprint for a New Humanity (2nd Edition)*. EQ Enterprises. p. 24–28.
- Siwar, C. and Hossain, M. T. (2009). *An analysis of Islamic CSR Concept and The Opinion of Malaysian Managers*. Management of Environmental Quality: An International Journal, 20, p. 290-298.
- Sofyani, Hafiez.(2014). *Islamic Social Reporting Syariah Banking In Indonesia, Malaysia And Saudi Arabia: A Study Using Anova*. Summary Research, Economy and Business Faculty. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, p. 1-11.
- Sofyani, Hafiez, Ulum, I., Syam, Daniel and Wahyuni L., Sri. (2012). *Islamic Social Reporting Index as A Model Of Social Performance Measurement Of Sharia Banking (Comparative Study at Indonesian And Malaysia)*. Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 4, No. 1, March , p. 36-46.
- Sugianto and Harapan. (2017). *The integration of disclosure of Islamic Social Reporting (ISR) in Islamic Bank Finacial Statement*. SHS Web of Conferences 36.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta.
- Suharto, E (2010). *CSR Syariah. Majalah Bisnis & CSR* , Vol. 3 No. 16, Agustus.
- Sulaiman, Maliah bt., and Willett, Roger. (2003). *Using the Hofstede-Gray framework to argue normatively for an extension of Islamic Corporate Reports*. Malaysian Accounting Review. Vol 2 (1), p. 81-105.
- Sulaiman, Maliah bt., dan Willett, Roger. (2003). *Using the Hofstede-Gray framework to argue normatively for an extension of Islamic Corporate Reports*. Malaysian Accounting Review. Vol 2 (1), 2003.
- Sulistiyawati, A. and Yuliani, I. (2017). *Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Indeks Saham Syariah Indonesia*. AKUISISI, Journal of Accosaktiunting & Finance. Vol. 13 No.2, p.15-27
- Sunarto, C. (2016). *Shariah Governance Dalam Pengungkapan islamic Social Reporting Index dan Global Reporting index Pada Perbankan Syariah Periode 2010-2013*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 2(1), 30-57.
- Susanti, E. and Nurhayati, P. (2018). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2014-2016*, Inventory Journal Akuntansi, FEB, UNIPMA, Vol. 2 NO. 2.
- Sutapa and Laksito, H. (2018). *Peran Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol.7 No. 1, p. 57-68
- Taback, Hal; Ramanan, Ram. (2013). *Environmental Ethics and Sustainability: A Casebook for Environmental Professionals*. CRC Press.
- Umiyati and Baiquni, D. M. (2018). *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage*

- Terhadap Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah di Indonesia.* Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, Vo. 6 (1), p. 85-104
- Widiawati, Septi and Raharja, Surya. (2012). *Analysis of Factors Affecting Islamic Social Reporting of Companies on the List of Sharia Securities Year 2009-2011*, Diponegoro Journal of Accounting, 1 (2), p 1-15.
- Widiyanti, N. W and Hasanah, N. (2017). *Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 5, No. 2.
- Yusanto, S. M. and Yunus, A. M. (2009). *Introduction to Islamic Economics*. Jakarta: Al Azhar Press.
- Yusuf, Muhammad Yasir. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. Depok: Kencana.
- Zainal, D., Zulkifli, N., and Saleh, Z. (2013). *Corporate Social Responsibility Reporting in Malaysia: A Comparison Between Shariah and Non-Shariah Approved Firms*. Middle-East Journal of Scientific Research, 15(7), 1035–1046.
- Zinkin, John dan Willian, Geoffrey. (2010). *Islam and CSR: A Study of the Compability Between th Tenets of Islam and the UN Global Compact*. Journal of Business Ethics. Vol.91. Number 4. p. 519-53