



# Pemetaan Wacana Ilmiah tentang CSR Islamic Pendekatan Biblioshiny pada Publikasi Terindeks *Dimension.ai*

Arif Sapta Yuniarto

Universitas Ahmad Dahlan

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perkembangan dan tren ilmiah dalam bidang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berbasis nilai-nilai Islam (Islamic Corporate Social Responsibility/Islamic CSR) melalui pendekatan bibliometrik terhadap publikasi yang terindeks di basis data *Dimension.ai* pada periode 2009 hingga 2023. Fokus utama studi ini adalah memetakan dinamika penelitian Islamic CSR, mengidentifikasi tokoh akademik dan jurnal yang berpengaruh, serta mengungkap tema-tema baru yang berpotensi mendominasi agenda riset di masa mendatang. Data dikumpulkan menggunakan kata kunci "Islamic CSR" yang menghasilkan 71 dokumen. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak R-Studio menggunakan paket *bibliometric*. Beberapa aspek yang dianalisis meliputi pertumbuhan publikasi, produktivitas penulis, kekuatan sitasi, serta jaringan keterkaitan antar-kata kunci. Visualisasi tematik digunakan untuk mengidentifikasi struktur konseptual dan arah perkembangan kajian. Hasil menunjukkan bahwa publikasi Islamic CSR mengalami tren kenaikan signifikan dalam dekade terakhir. Jurnal seperti *Journal of Islamic Marketing*, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, serta *Social Responsibility Journal* tercatat sebagai kanal publikasi utama. Penulis seperti Yusoff dan Bhatti menjadi kontributor paling produktif, sedangkan Al Fakhri Y., Bhatti, dan Nurunnabi memiliki pengaruh tinggi berdasarkan jumlah sitasi. Tema-tema seperti *maqasid*, *independent*, dan *Delphi* muncul sebagai topik sentral dalam riset terbaru dan diperkirakan akan terus berkembang. Temuan ini memberikan peta ilmiah yang komprehensif dan bermanfaat bagi peneliti untuk menjelajahi peluang baru dalam studi Islamic CSR.

**Kata kunci:** Islamic CSR, Bibliometric Mapping, R-Studio, *Dimension.ai* Database

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jampk.v3i1.813>

\*Correspondence: Arif Sapta Yuniarto

Email: [arif.yuniarto@act.uad.ac.id](mailto:arif.yuniarto@act.uad.ac.id)

Received: 25-07-2025

Accepted: 25-08-2025

Published: 25-09-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to investigate the development and research trends in the field of Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR), using a bibliometric approach applied to publications indexed in the *Dimension.ai* database from 2009 to 2023. The primary objective is to map the research landscape, identify influential authors and journals, and highlight emerging themes that are expected to shape future academic discourse. Data were retrieved using the keyword "Islamic CSR," resulting in 71 relevant documents. The analysis was conducted using R-Studio and the bibliometric package, covering aspects such as publication growth, author productivity, citation impact, and keyword co-occurrence networks. Thematic visualizations were also utilized to reveal conceptual structures and thematic developments within the field. Findings indicate a notable increase in Islamic CSR publications over the past decade. Leading journals contributing to this topic include the *Journal of Islamic Marketing*, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, and the *Social Responsibility Journal*. Authors such as Yusoff and Bhatti were identified as the most prolific, while Al Fakhri Y., Bhatti, and Nurunnabi emerged as highly cited and influential figures. Keywords such as *maqasid*, *independent*, and *Delphi* have surfaced as emerging focal points in recent studies and are likely to guide future research directions. This study provides a comprehensive scientific map of Islamic CSR research and offers valuable insights for scholars seeking to explore and expand future research opportunities in this evolving area.

**Keywords:** Islamic CSR, Bibliometric mapping, R-Studio, *Dimensions*, Database

## Pendahuluan

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah konsep yang menggabungkan nilai-nilai agama dengan prinsip-prinsip CSR (Aribi & Gao, 2011; Khurshid *et al.*, 2014; Yusuf & Bahari, 2015). Konsep ini menekankan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab tidak hanya pada pemangku kepentingan atau stakeholders-nya, tetapi juga pada masyarakat luas dan lingkungan. Dalam perspektif Islam, CSR juga dipandang sebagai kewajiban moral yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang ingin beroperasi secara berkelanjutan (Mohd Yusoff *et al.*, 2021; Menne *et al.*, 2022; Hanic & Smolo, 2023). Pada dasarnya, konsep Islamic CSR menganjurkan perusahaan untuk beroperasi dengan integritas, etika dan moral yang sesungguhnya, bukan etika moral yang sifatnya relativistic sebagaimana konsep CSR yang berlaku pada masyarakat barat (Gray, Owen & Maunders, 1988; Maali, Casson & Napier, 2006; Plungpongpan, Tiangsoongnern & Speece, 2016).

Kelemahan lain dari penelitian-penelitian terdahulu tentang CSR adalah bahwa penelitian-penelitian tersebut cenderung tidak mempertimbangkan peranan agama yang sesungguhnya dapat menjelaskan kenapa organisasi bisnis perlu melaksanakan CSR (Habib-Uz-Zaman Khan, Halabi & Samy, 2009) (Aribi & Gao, 2011) (Griffin & Sun, 2018) (Zaman, Roudaki & Nadeem, 2018) (Suandi *et al.*, 2025). Padahal, CSR sangat berkaitan erat dengan etika dan moral dimana petunjuk atau dasar-dasar etika dan moral sangat mudah ditemukan dalam pelajaran agama (Muhammad, 2007; Halim, 2018; Hayat, Jianjun & Ali, 2022; Alizadeh *et al.*, 2023; Sahraoui & Laib, 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih positif terhadap CSR dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat religiusitas yang rendah (Graafland, Kaptein & Schouten, 2007) (Brammer, Williams & Zinkin, 2011).

Dalam penelitian di negara-negara Eropa, asia dan timur tengah menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memberikan nilai lebih tinggi pada tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat religiusitas yang rendah (Brammer, Williams & Zinkin, 2011). Penelitian yang dilakukan (Graafland, Kaptein & Schouten, 2007) hasilnya mengatakan bahwa Pemahaman keagamaan yang baik seseorang berpengaruh positif terhadap perilaku tanggung social dalam menjalankan bisnis.

Penelitian-penelitian kontemporer menunjukkan bahwa konsep Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) menawarkan kerangka yang lebih menyeluruh dibandingkan dengan pendekatan CSR konvensional. ICSR tidak hanya mencakup dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, tetapi juga menambahkan aspek spiritual yang berpijak pada prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, transparansi, dan keberkahan (Hashem, 2023) Hashem Otri *et al.*, 2024) (Hassanein & Tharwat, 2024) (Prasojo *et al.*, 2025). Hal ini membedakannya secara mendasar dari CSR dalam perspektif Barat yang cenderung mengabaikan unsur religius dan hanya menitikberatkan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (Jamali, Hallal & Abdallah, 2010).

Oleh karena itu, penerapan ICSR menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan dalam strategi bisnis perusahaan sebagai upaya mencapai keberlanjutan jangka panjang (Jizi et al, 2014). Salah satu dimensi penting yang memperkaya ICSR adalah integrasinya dengan konsep *maqashid al-shariah*, yakni tujuan-tujuan utama syariah Islam yang meliputi perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Kamla, 2014). Dalam konteks tanggung jawab sosial, konsep ini memberikan dasar bahwa perusahaan wajib berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara adil dan menyeluruh, tanpa mengabaikan salah satu aspek utama tersebut.

Selain itu, ICSR juga dipandu oleh prinsip *khilafah*, yakni tanggung jawab manusia sebagai wakil Tuhan di bumi untuk menjaga kelestarian alam (Kamla, 2014). Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mengintegrasikan praktik ramah lingkungan dalam aktivitas CSR-nya, seperti efisiensi energi dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab.

ICSR dinilai memiliki peran strategis dalam mendukung agenda pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Berbagai studi telah menunjukkan bahwa penerapan CSR berbasis nilai-nilai Islam dapat menjadi sarana efektif bagi perusahaan dalam meraih tujuan ekonomi, sosial, dan ekologis secara simultan (Haniffa & Cooke, 2002) (Yaakob et al, 2022). Ke depan, topik-topik riset yang menjanjikan antara lain adalah studi penerapan ICSR di berbagai sektor industri, seperti perbankan, keuangan, perdagangan ritel, dan pertanian. Selain itu, penting untuk mengembangkan instrumen yang dapat mengukur dan mengevaluasi dampak ICSR terhadap lingkungan, masyarakat, dan para pemangku kepentingan (Khurshid et al, 2014).

Artikel ini menghadirkan kajian bibliometrik terhadap literatur ilmiah yang membahas Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR). Pendekatan bibliometrik dimanfaatkan untuk mengevaluasi kinerja ilmiah, mengukur tingkat produktivitas, serta menilai sejauh mana dampak dari publikasi dan aktivitas penelitian yang telah dilakukan. Salah satu keunggulan metode ini adalah kemampuannya dalam mendukung pengambilan keputusan strategis dalam bidang riset dan pengembangan, seperti dalam menentukan jurnal atau forum ilmiah yang paling sesuai untuk mendiseminasikan hasil penelitian.

Lebih dari itu, analisis bibliometrik juga berfungsi sebagai alat bantu bagi para peneliti untuk mengenali arah perkembangan keilmuan, mengidentifikasi peluang kolaborasi lintas institusi, serta menentukan topik-topik riset yang relevan dan berdampak (Sweileh et al, 2016). Manfaat penting lainnya dari pendekatan ini adalah kemampuannya dalam mengungkap kebaruan (novelty) dan celah penelitian (research gap) dalam suatu bidang kajian. Dengan demikian, bibliometrik tidak hanya menyajikan gambaran historis dan kuantitatif dari perkembangan literatur, tetapi juga memberikan arahan strategis mengenai tema-tema yang masih membutuhkan eksplorasi lebih lanjut dalam penulisan karya ilmiah.

## Metodologi

Pendekatan bibliometrik menjadi salah satu metode yang banyak digunakan dalam studi literatur karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai perkembangan suatu bidang keilmuan secara kuantitatif. Dalam konteks Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR), bibliometrik berperan penting dalam menelusuri arah dan dinamika penelitian yang berkembang. Dengan mengolah data bibliografis, metode ini memungkinkan peneliti untuk menilai produktivitas publikasi, menganalisis pola sitasi, serta mengidentifikasi jaringan kolaborasi antara penulis, institusi, maupun negara yang terlibat dalam topik tersebut (White, 1989) (Liang & Liu, 2018) (Rosyidah & Hidayati, 2022) (Verma, Shome & Hassan, 2023).

Bibliometrik juga menyediakan berbagai teknik analisis yang dapat menggali lebih dalam struktur pengetahuan dalam suatu disiplin. Misalnya, melalui analisis ko-sitasi dan visualisasi kata kunci, peneliti dapat menemukan klaster topik, tren tematik, dan area riset baru yang berpotensi dikembangkan. Selain itu, pendekatan ini bermanfaat dalam mendukung pengambilan keputusan akademik, seperti memilih jurnal tujuan, menjajaki peluang kolaborasi, serta mengidentifikasi celah penelitian yang belum banyak dieksplorasi.

Menurut (Aria & Cuccurullo, 2017), pemetaan keilmuan melalui bibliometrik menjadi alat penting untuk memahami struktur dan komunikasi dalam komunitas ilmiah. Dalam penelitian ini, bibliometrik digunakan untuk menganalisis 71 dokumen publikasi terkait Islamic CSR yang diperoleh dari database Dimension.ai dengan periode kajian tahun 2009 hingga 2024, menggunakan kata kunci "Islamic CSR".

## Hasil dan Pembahasan

### Statistik Deskriptif

#### *Total Citations*

Berikut data hasil penelitian yang diperoleh selama kurun waktu 15 tahun sejak 2009 sampai 2023 mengenai publikasi dengan tema Islamic CSR berdasarkan tahun terbit, jumlah artikel, dan rata-rata kutipan per artikel.

**Table 1.** Total Citations

Year	MeanTCperArt	N	MeanTCperYear	CitableYears
2009	46	1.00	3.07	15
2010	5	1.00	0.36	14
2011	3	2.00	0.25	12
2012	33	1.00	3.00	11
2013	15	6.00	1.50	10
2014	22	2.00	2.44	9
2015	16	4.00	2.00	8
2016	5.67	3.00	0.81	7
2017	9	5.00	1.50	6

Year	MeanTCperArt	N	MeanTCperYear	CitableYears
2018	2.5	10.00	0.50	5
2019	3.86	14.00	0.96	4
2020	2.75	12.00	0.92	3
2021	1.57	7.00	0.78	2
2022	1	3.00	1.00	1
Jumlah	166.35	71.00	19.09	

Source: R Studio (2025)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 1, tahun 2021 tercatat sebagai periode dengan jumlah publikasi artikel tertinggi dalam bidang *Islamic Corporate Social Responsibility* (Islamic CSR) yang terindeks di database Scopus, selama rentang waktu 2009 hingga 2023. Pada tahun tersebut, terdapat total 14 dokumen yang berhasil diterbitkan, menjadikannya tahun paling produktif dalam hal jumlah publikasi.

Namun demikian, dari sisi rata-rata jumlah sitasi, puncak tertinggi justru terjadi pada tahun 2013. Meskipun jumlah dokumen yang dipublikasikan tidak sebanyak tahun 2020, artikel-artikel yang terbit pada tahun 2013 memperoleh rerata 33 sitasi per artikel, menjadikannya sebagai tahun dengan dampak ilmiah paling besar selama periode yang dianalisis. Sebagai perbandingan, rata-rata sitasi pada tahun 2020 tercatat sebesar 3,86 sitasi per artikel, menunjukkan bahwa meskipun produktivitas tinggi, tingkat pengaruh atau dampak ilmiahnya masih relatif moderat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

### Most Relevant Sources



Figure 1. Most Relevant Sources

Source: R Studio (2025)

Gambar 1 menampilkan jumlah artikel yang diterbitkan oleh berbagai jurnal ilmiah yang dinilai paling relevan dengan tema *Islamic Corporate Social Responsibility* (Islamic CSR). Visualisasi ini disusun dalam bentuk diagram batang, di mana panjang batang merepresentasikan tingkat produktivitas dan keterkaitan jurnal tersebut terhadap topik Islamic CSR. Semakin panjang batang yang ditampilkan, maka semakin tinggi jumlah artikel yang diterbitkan serta semakin besar relevansinya terhadap tema kajian. Data ini

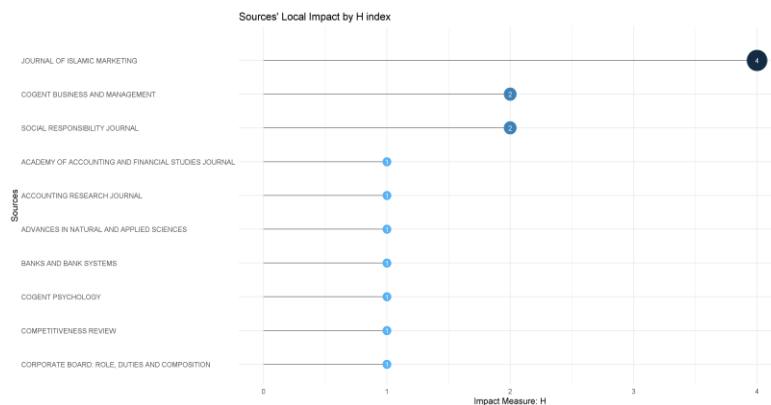
membantu mengidentifikasi kanal publikasi utama bagi para peneliti yang fokus pada bidang ini.

Selama periode 2009 hingga 2023, terdapat sepuluh jurnal yang tercatat sebagai penerbit artikel terbanyak dalam topik Islamic CSR. *Journal of Islamic Marketing* berada di posisi teratas dengan total lima artikel, disusul oleh *International Journal of Innovation, Creativity and Change* yang menerbitkan empat dokumen. Di posisi ketiga, terdapat *Cogent Business and Management* dan *Journal of Islamic Accounting and Business Research* dengan masing-masing tiga artikel. Beberapa jurnal lain seperti *Banks and Bank Systems*, *International Journal of Financial Research*, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, *International Journal of Scientific and Technology Research*, serta *Social Responsibility Journal*, masing-masing menerbitkan dua artikel. Sementara itu, *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* menutup daftar dengan satu publikasi sepanjang lima belas tahun terakhir. Temuan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai jurnal-jurnal yang paling aktif mendukung pengembangan literatur Islamic CSR secara kuantitatif.

**Source Impact**

Gambar 2 menyajikan informasi mengenai jurnal-jurnal yang memiliki pengaruh paling besar (*high impact*) dalam publikasi artikel bertema Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR). Visualisasi ditampilkan dalam bentuk diagram batang, di mana panjang setiap batang menggambarkan tingkat *impact* yang diukur berdasarkan skor *h-index*. Semakin panjang batang tersebut, semakin tinggi dampak ilmiah jurnal terhadap perkembangan literatur di bidang ini. Analisis ini membantu mengidentifikasi jurnal-jurnal utama yang tidak hanya produktif tetapi juga memiliki kontribusi signifikan terhadap penyebaran pengetahuan.

Dari hasil visualisasi tersebut, *Journal of Islamic Marketing* muncul sebagai jurnal dengan dampak paling tinggi, ditunjukkan dengan *h-index* sebesar 4. Di posisi selanjutnya, terdapat dua jurnal yang memiliki pengaruh cukup besar, yaitu *Cogent Business and Management Journal* dan *Social Responsibility Journal*, yang masing-masing memperoleh skor *h-index* sebesar 2. Temuan ini menegaskan bahwa ketiga jurnal tersebut merupakan kanal utama dalam penyebaran artikel-artikel berkualitas tinggi di bidang Islamic CSR, dan dapat menjadi rujukan penting bagi para peneliti yang ingin mempublikasikan karya di ranah ini.

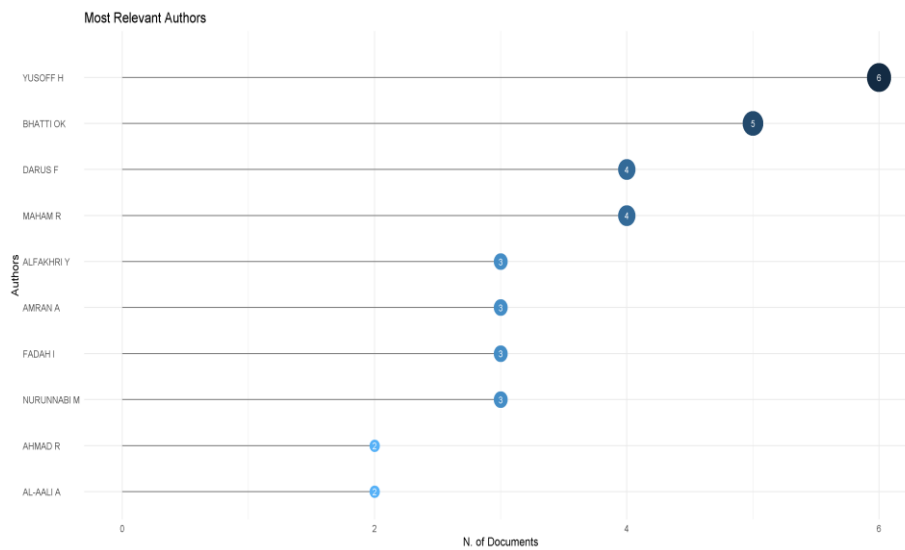


**Figure 2.** Source impact  
Source: R Studio (2025)

**Most Relevant Author**

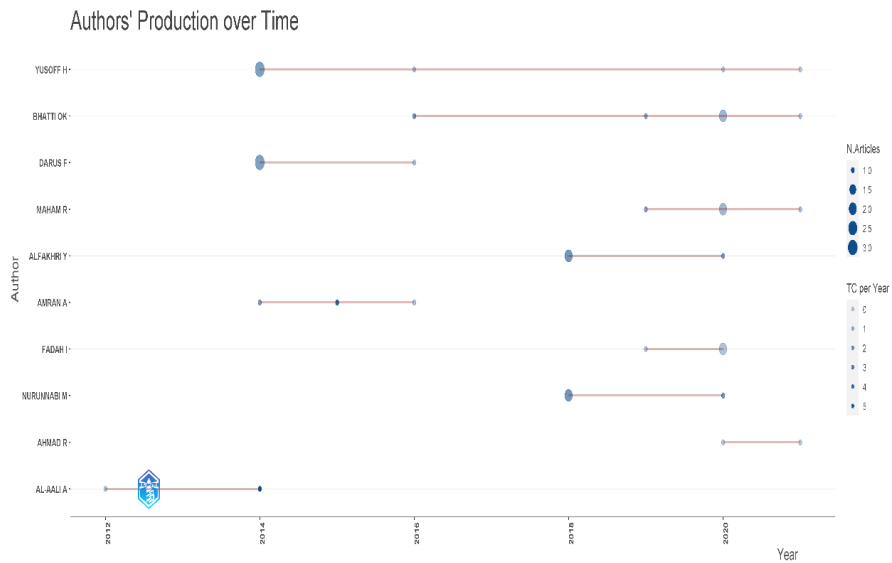
Gambar 3 menampilkan daftar sepuluh penulis yang paling relevan dan produktif dalam menghasilkan publikasi terkait Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR). Visualisasi disajikan dalam bentuk diagram batang, di mana panjang masing-masing batang mencerminkan jumlah artikel yang telah dipublikasikan oleh setiap penulis. Semakin panjang batang, maka semakin tinggi tingkat produktivitas penulis tersebut dalam topik Islamic CSR. Grafik ini memberikan gambaran yang jelas mengenai siapa saja peneliti utama yang berkontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian ini.

Dari grafik yang ditampilkan, Yusoff menempati posisi teratas sebagai penulis dengan jumlah publikasi terbanyak, yakni enam artikel. Diikuti oleh Bhatti di posisi kedua dengan lima publikasi. Selanjutnya, Darus dan Maham berada di posisi ketiga dengan masing-masing empat artikel. Pada urutan keempat, terdapat empat penulis yakni Al Fakhri, Amran, Fadah, dan Nurunnabi yang masing-masing menyumbangkan tiga artikel. Sementara itu, Ahmad dan Al-Aali berada di posisi kelima, masing-masing dengan dua publikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa beberapa penulis telah secara konsisten menjadi kontributor utama dalam literatur Islamic CSR, sekaligus menjadi referensi penting bagi penelitian lanjutan di bidang ini.



**Figure 3.** Most Relevant Authors  
Source: R Studio (2053)

### Top Authors' Productivity



**Figure 4.** Top Authors' Productivity  
Source: R Studio (2025)

Gambar 4 menyajikan visualisasi produktivitas penulis dalam bidang Islamic Corporate Social Responsibility (*Islamic CSR*) yang ditampilkan berdasarkan jumlah publikasi per tahun. Garis berwarna merah menunjukkan rentang waktu keterlibatan seorang penulis dalam publikasi, mulai dari tahun pertama hingga tahun terakhir ia aktif menulis. Sementara itu, simbol bulatan berwarna biru merepresentasikan jumlah artikel yang diterbitkan oleh masing-masing penulis pada tahun tertentu. Visualisasi ini memudahkan dalam melihat pola kontribusi dan intensitas publikasi para peneliti dari waktu ke waktu.

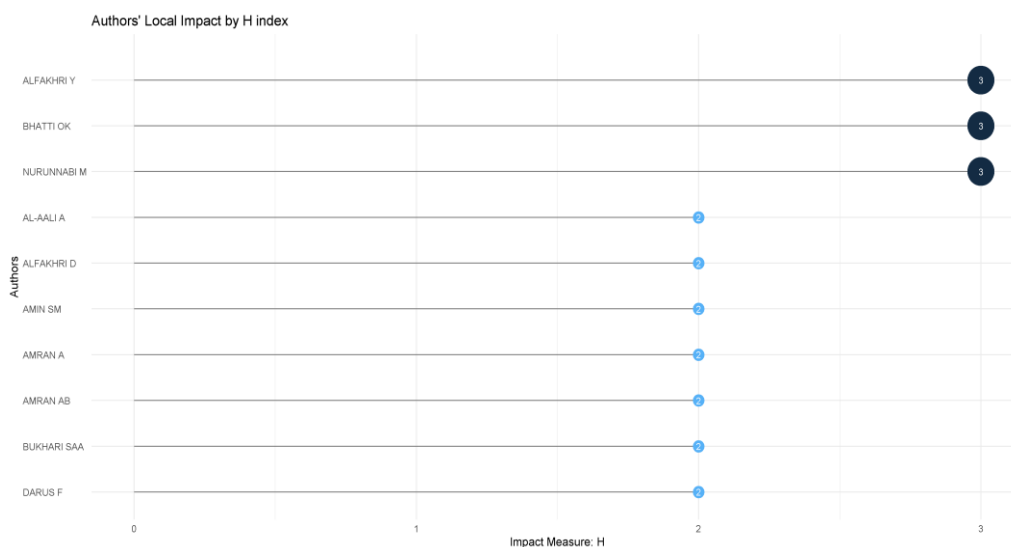
Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, terlihat bahwa secara umum tren produktivitas penulis mulai meningkat sejak tahun 2018. Salah satu penulis yang menunjukkan konsistensi tinggi dalam publikasi adalah Yusoff, yang telah aktif menerbitkan karya ilmiah dalam rentang waktu 2013 hingga 2023. Hal ini menandakan bahwa Yusoff merupakan salah satu kontributor penting dalam pengembangan literatur *Islamic CSR*, dengan keterlibatan yang stabil selama lebih dari satu dekade. Temuan ini juga mencerminkan mulai terakumulasinya minat dan perhatian akademik yang lebih intensif terhadap isu *Islamic CSR* dalam kurun waktu terakhir.

### Author Impact

Gambar 5 menampilkan pemetaan penulis yang aktif dalam penelitian *Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR)*, dengan fokus pada tingkat pengaruh atau *impact* masing-masing penulis yang diukur menggunakan indikator *h-index*. Visualisasi ditampilkan melalui grafik berupa garis dan bulatan berwarna biru tua, di mana panjang garis merepresentasikan besarnya dampak ilmiah yang dimiliki oleh seorang penulis. Semakin panjang garis yang ditunjukkan, maka semakin tinggi tingkat pengaruh atau

kontribusi penulis tersebut dalam bidang kajian Islamic CSR.

Dalam penelitian ini, teridentifikasi sepuluh penulis dengan *h-index* tertinggi. Tiga penulis yang menempati posisi teratas dalam hal dampak ilmiah adalah Al Fakhri Y, Bhatti, dan Nurunnabi, yang masing-masing memiliki skor *h-index* sebesar 3. Sementara itu, tujuh penulis lainnya yang juga menunjukkan pengaruh cukup besar, dengan skor *h-index* sebesar 2, adalah Al Aali, Al Fakhri D, Amin S.M., Amran A., Amran A.B., Bukhari, dan Darus. Temuan ini mencerminkan kontribusi signifikan dari para penulis tersebut dalam memperkaya literatur dan pengembangan teori maupun praktik Islamic CSR.

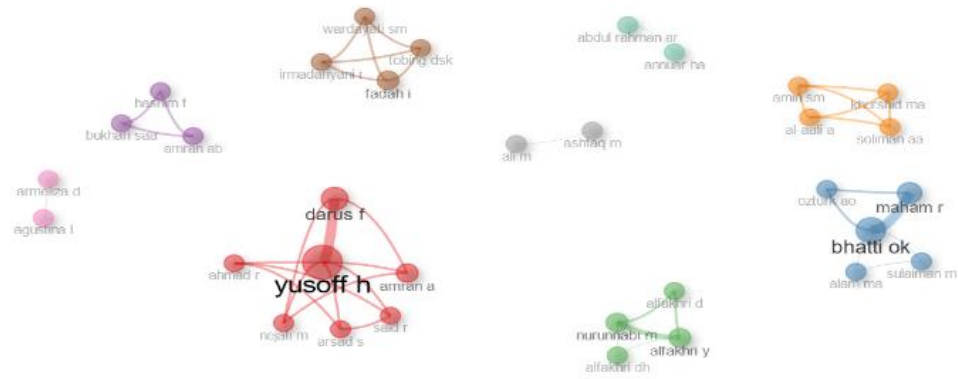


**Figure 5.** Author Impact  
Source: R Studio (2025)

### Co Authorship

Gambar 6 menggambarkan pola kolaborasi antarpenulis dalam publikasi bertema *Islamic Corporate Social Responsibility (Islamic CSR)*. Visualisasi ini ditampilkan dalam bentuk jaringan, di mana ukuran lingkaran mencerminkan frekuensi publikasi seorang penulis, sementara ketebalan garis yang menghubungkan antarpenulis menunjukkan intensitas kerja sama di antara mereka. Pemetaan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai struktur kolaboratif di dalam komunitas akademik yang meneliti topik Islamic CSR.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat enam penulis utama yang paling menonjol dalam jejaring kolaborasi tersebut. Mereka adalah Yusoff, Darus, Ahmad, Amran, Najati, Arsad, dan Said. Para penulis ini tidak hanya produktif secara individual, tetapi juga aktif menjalin kerja sama penelitian, yang mengindikasikan adanya konsistensi dan kekuatan dalam membangun kontribusi ilmiah bersama di bidang Islamic CSR. Kolaborasi yang kuat di antara mereka turut memperkuat posisi mereka sebagai kontributor penting dalam perkembangan literatur Islamic CSR secara global.

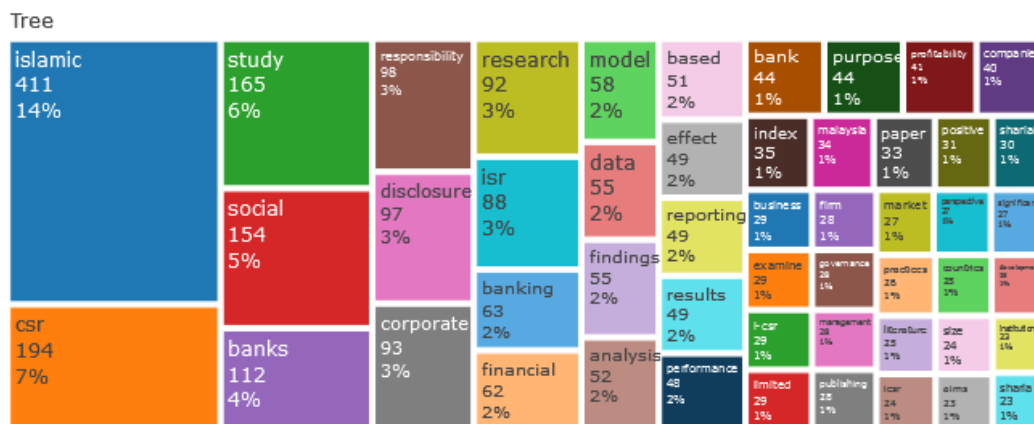


**Figure 6.** Co Authorship  
Source: R Studio (2025)

**Word Tree Map**

Berdasarkan hasil visualisasi dalam Gambar 7, diperoleh pemetaan kata-kata yang sering muncul dalam bentuk *word tree map*. Pemetaan ini menyajikan setiap kata dalam satu suku kata yang dominan, dengan penyajian yang bervariasi dalam ukuran, warna, jumlah kemunculan, serta persentase relatif terhadap total kata yang dianalisis. Variasi visual ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam memahami informasi bibliometrik secara cepat dan intuitif.

Dari pemetaan tersebut, kata *Islamic* menempati posisi teratas sebagai kata yang paling sering muncul, dengan total frekuensi sebanyak 411 kali atau setara dengan 14% dari seluruh kata kunci yang dianalisis. Selanjutnya, kata *CSR* berada di posisi kedua dengan jumlah kemunculan sebanyak 194 kali atau sekitar 7%. Di urutan ketiga, kata *Studi* tercatat muncul sebanyak 165 kali, yang mewakili sekitar 6% dari total keseluruhan kata yang teridentifikasi. Hasil ini menunjukkan bahwa istilah *Islamic* menjadi fokus utama dalam diskursus penelitian yang terkait dengan Islamic CSR.

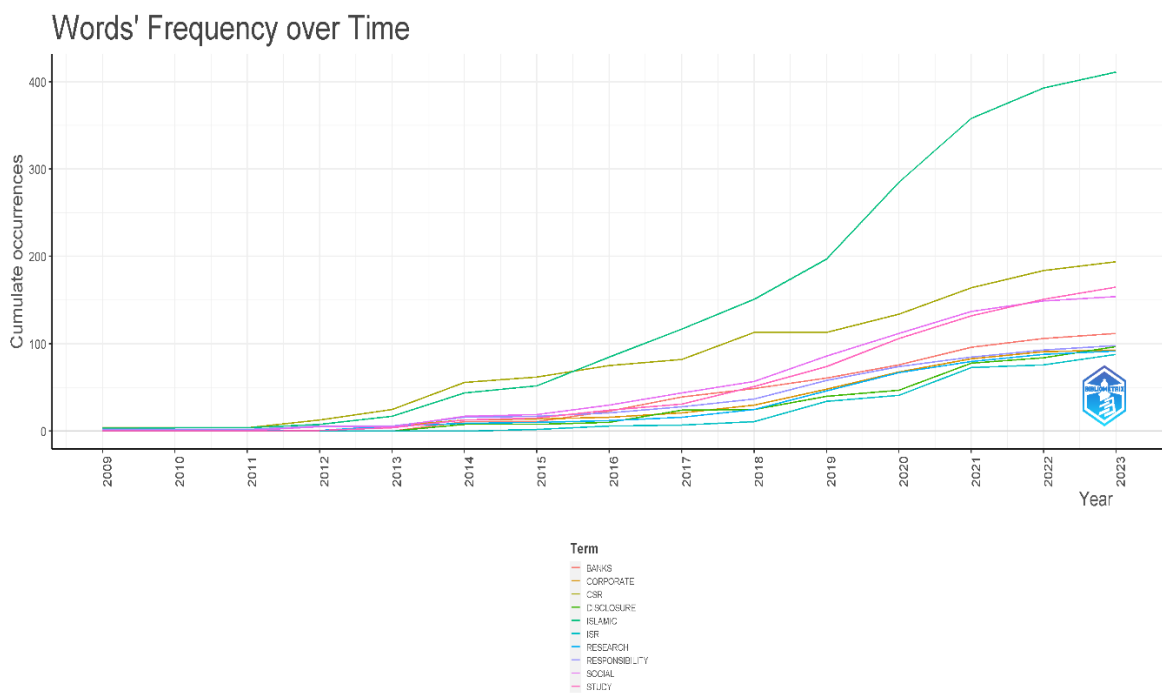


**Figure 7.** Word Tree Map  
Source: R Studio (2025)

### Word Growth

Tren kemunculan kata-kata kunci dalam artikel-artikel yang diteliti dapat diamati melalui Gambar 8, yang menyajikan grafik *Cumulative Occurrences*. Grafik ini merepresentasikan pola pertumbuhan kata-kata tertentu dari waktu ke waktu. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada periode awal, yakni tahun 2009 hingga 2011, terdapat lima kata yang paling sering muncul, yaitu *corporate*, *responsibility*, *social*, *CSR*, dan *Islamic*.

Selanjutnya, dalam kurun waktu 2011 hingga 2023, terjadi penambahan kata-kata baru yang mulai sering digunakan dalam literatur terkait Islamic CSR. Tujuh kata yang menunjukkan peningkatan frekuensi pada periode ini antara lain *term*, *bank*, *disclosure*, *ISR* (Islamic Social Reporting), *research*, *social*, dan *study*. Kata *Islamic*, *CSR*, *social*, dan *study* tercatat mengalami lonjakan signifikan dalam penggunaannya, terutama sejak tahun 2018. Di antara kata-kata tersebut, *Islamic* menunjukkan tingkat pertumbuhan paling menonjol, mencerminkan meningkatnya perhatian terhadap dimensi keislaman dalam kajian CSR dalam beberapa tahun terakhir.



**Figure 8.** Word Growth  
Source: S Studio (2025)

### Co-occurrence Network

Gambar 9 menyajikan visualisasi *co-occurrence network* yang menggambarkan keterkaitan antar kata kunci dalam bentuk lingkaran berwarna. Setiap warna merepresentasikan satu kelompok kata yang memiliki keterhubungan tematik, di mana warna yang sama menunjukkan tingkat keterkaitan yang tinggi antar kata dalam kluster tersebut. Berdasarkan hasil visualisasi tersebut, terlihat bahwa terdapat kesenjangan yang cukup seimbang antara kelompok berwarna biru dan merah. Namun, keduanya menunjukkan jarak yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan kelompok berwarna



berkembang dalam beberapa tahun mendatang. Temuan ini mencerminkan adanya pergeseran fokus dalam kajian Islamic CSR, dari isu-isu umum menuju pendekatan yang lebih spesifik dan berbasis nilai. Informasi ini memberikan pemahaman yang lebih luas dan terkini bagi peneliti untuk mengarahkan topik riset secara lebih fokus, baik dalam pengembangan teori maupun dalam penerapan praktis di lapangan.

### Simpulan

Sebagai respons terhadap kebutuhan pengembangan kajian Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) ke depan, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan berupa informasi strategis yang dapat mempermudah peneliti berikutnya dalam menentukan arah riset yang lebih terfokus. Himpunan referensi serta ragam tema yang berhasil diidentifikasi melalui studi ini dapat memperkaya basis data literatur terkini dalam bidang ICSR. Berdasarkan analisis terhadap publikasi yang terindeks dalam database dimension.ai selama periode 2009–2023, diketahui bahwa *Journal of Islamic Marketing* dan *International Journal of Innovation, Creativity and Change* merupakan jurnal yang paling sering dijadikan media publikasi dalam topik Islamic CSR. Sedangkan jurnal dengan dampak ilmiah tertinggi adalah *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *Cogent Business and Management*, dan *Social Responsibility Journal*.

Dalam hal kontribusi penulis, nama-nama seperti Yusoff dan Bhatti muncul sebagai yang paling produktif, sementara Al Fakhri Y., Bhatti, dan Nurunnabi tercatat sebagai penulis yang paling berpengaruh dari sisi jumlah sitasi. Kata kunci “Islamic” merupakan istilah yang paling dominan dalam literatur yang dianalisis. Selain itu, tema-tema seperti *maqasid*, *independent*, dan *Delphi* mulai banyak diangkat dalam artikel-artikel terkini dan diprediksi akan menjadi fokus utama dalam penelitian Islamic CSR hingga akhir 2023 dan seterusnya.

Implikasi penting dari temuan ini adalah bahwa kajian Islamic CSR tengah bergerak menuju pendekatan yang lebih normatif dan metodologis, yang menekankan integrasi nilai-nilai maqasid al-shariah serta penggunaan metode yang partisipatif dan reflektif seperti *Delphi*. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam penelitian, dari sekadar pelaporan CSR Islami ke arah pembangunan model dan kerangka konseptual yang berbasis syariah.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perlunya eksplorasi lanjutan pada konteks implementasi ICSR di berbagai sektor industri, khususnya di negara-negara mayoritas Muslim. Selain itu, pengembangan instrumen untuk mengukur dampak spiritual dan sosial dari program Islamic CSR juga menjadi agenda yang menjanjikan. Dari sisi praktis, hasil kajian ini dapat dimanfaatkan oleh pengambil kebijakan, manajer CSR, dan pelaku usaha syariah untuk merancang kebijakan tanggung jawab sosial yang lebih kontekstual, sesuai prinsip maqasid dan berorientasi pada keberlanjutan.

## Daftar Pustaka

- Alizadeh, A. *et al.* (2023) 'Ethics, corporate social responsibility and the role of human resource development: the academic experts' view', *European Journal of Training and Development*, 47(1–2), pp. 223–239. doi: 10.1108/EJTD-07-2021-0087.
- Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017) 'bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis', *Journal of Informetrics*, 11(4), pp. 959–975. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>.
- Aribi, Z. A. & Gao, S. S. (2011) 'Narrative disclosure of corporate social responsibility in Islamic financial institutions', *Managerial Auditing Journal*, 27(2), pp. 199–222. doi: 10.1108/02686901211189862.
- Brammer, S. J., Williams, G. A. & Zinkin, J. (2011) 'Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in a Large Cross-Country Sample', *SSRN Electronic Journal*, (December 2019). doi: 10.2139/ssrn.905182.
- Graafland, J., Kaptein, M. & Van Der Duijn Schouten, C. M. (2007) 'Conceptions of God, normative convictions, and socially responsible business conduct: An explorative study among executives', *Business and Society*, 46(3), pp. 331–368. doi: 10.1177/0007650306296085.
- Gray, R., Owen, D. & Maunders, K. (1988) 'Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract', *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, pp. 6–20. doi: 10.1108/EUM0000000004617.
- Griffin, P. A. & Sun, E. Y. (2018) 'Voluntary corporate social responsibility disclosure and religion', *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(1), pp. 63–94. doi: 10.1108/sampj-02-2017-0014.
- Habib-Uz-Zaman Khan, M., Halabi, A. K. & Samy, M. (2009) 'Corporate social responsibility (CSR) reporting: A study of selected banking companies in Bangladesh', *Social Responsibility Journal*, 5(3), pp. 344–357. doi: 10.1108/17471110910977276.
- Halim, A. (2018) 'Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam', *Jurnal Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3.
- 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), pp. 175–191. doi: 10.1108/IMEFM-07-2021-0284.
- Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2002) 'Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations', *Abacus*, 38(3), pp. 317–349. doi: 10.1111/1467-6281.00112.
- Hashem, M. (2023) *Maqasid Al-Shari'ah: A Civilizational Perspective*. London-Washington: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Hashem Otri, E. M. *et al.* (2024) 'CSR Disclosure in the Syrian Islamic Bank: Motivations and Challenges', in Hunjra, A. I. and Hussainey, K. (eds) *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility*. Emerald Publishing Limited, pp. 351–371. doi: 10.1108/978-1-80455-406-720241015.

- Hassanein, A. & Tharwat, H. (2024) 'Corporate Social Responsibility: An Islamic Shari'ah-Compliant Perspective', in Hunjra, A. I. and Hussainey, K. (eds) *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility*. Emerald Publishing Limited, pp. 397–416. doi: 10.1108/978-1-80455-406-720241017.
- Hayat, K., Jianjun, Z. & Ali, S. (2022) 'Reinforcing purchase behaviors through CSR and ethical practices', *Marketing Intelligence and Planning*, 40(2), pp. 256–272. doi: 10.1108/MIP-08-2021-0268.
- Jamali, D., Hallal, M. & Abdallah, H. (2010) 'Corporate governance and corporate social responsibility: Evidence from the healthcare sector', *Corporate Governance*, 10(5), pp. 590–602. doi: 10.1108/14720701011085562.
- Jizi, M. I. *et al.* (2014) 'Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector', *Journal of Business Ethics*, 125(4), pp. 601–615. doi: 10.1007/s10551-013-1929-2.
- Kamla, R. (2014) 'Corporate social responsibility in Islam', *Journal of Business Ethics*.
- Kamla, R. (2015) 'Islamic Corporate Social Responsibility: A Review', *Journal of Business Ethics*, 129(325–338).
- Khurshid, M. A. *et al.* (2014) 'Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR)', *Competitiveness Review*, 24(4), pp. 258–274. doi: 10.1108/CR-01-2013-0004.
- Liang, T. P. & Liu, Y. H. (2018) 'Research Landscape of Business Intelligence and Big Data analytics: A bibliometrics study', *Expert Systems with Applications*, 111, pp. 2–10. doi: 10.1016/j.eswa.2018.05.018.
- Maali, B., Casson, P. & Napier, C. (2006) 'Social reporting by islamic banks | ReadCube Articles', *Abacus*, 42(2), pp. 266–289. doi: 10.1111/j.1468-4497.2006.00200.x.
- Menne, F. *et al.* (2022) 'Optimizing the Financial Performance of SMEs Based on Sharia Economy: Perspective of Economic Business Sustainability and Open Innovation', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). doi: 10.3390/joitmc8010018.
- Mohd Yusoff, R. *et al.* (2021) 'An Analysis towards the Sustainability and Management of Waqf's Properties in Malaysia with References to Johor', *International Journal of Asian Social Science*, 11(7), pp. 345–354. doi: 10.18488/journal.1.2021.117.345.354.
- Muhammad, D. (2007) *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Plungpongpan, J., Tiangsoongnern, L. & Speece, M. (2016) 'University social responsibility and brand image of private universities in Bangkok', *International Journal of Educational Management*, 30(4), pp. 571–591. doi: 10.1108/IJEM-10-2014-0136.
- Prasojo, P. *et al.* (2025) 'Conformity of Indonesian Islamic bank CSR practices with maqashid shariah rules', *Journal of Islamic Marketing*, (2015). doi: 10.1108/JIMA-01-2024-0047.
- Rosyidah, N. & Hidayati, A. ' (2022) 'Mapping Waqf Research: Bibliometric Analysis', *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 9(2), pp. 190–201. doi: 10.21043/ZISWAF.V9I2.16855.
- Sahraoui, R. & Laib, A. (2024) 'Business Ethics Codes and CSR Practices: Analysis of Codes of Algerian Companies in the Oil and Gas Sector', in Hunjra, A. I. and Hussainey, K. (eds) *The Emerald Handbook of Ethical Finance and Corporate Social Responsibility*. Emerald Publishing Limited, pp. 525–541. doi: 10.1108/978-1-80455-406-720241023.

- 
- Suandi, E. *et al.* (2025) 'The influence of Islamic corporate social responsibility implementation and marketing on Islamic bank performance moderated by community religious commitment', *Journal of Islamic Marketing*, 16(4), pp. 1209–1228. doi: 10.1108/JIMA-08-2023-0247.
- Sweileh, W. M. *et al.* (2016) 'Bibliometric profile of the global scientific research on autism spectrum disorders', *SpringerPlus*, 5(1). doi: 10.1186/s40064-016-3165-6.
- Verma, S., Shome, S. & Hassan, M. K. (2023) 'FinTech in small and medium enterprises (SMEs): A review and future research agenda', *European Management Journal*, 41(6), pp. 950–971. doi: 10.1016/j.emj.2023.07.003.
- White, H. D. (1989) 'Bibliometrics', *Annual review of information science and technology (ARIST)*, 24, pp. 119–186.
- Yaakob, M. A. Z. *et al.* (2022) 'An Analysis of Waqf Hadiths in Sahih Al-Bukhari Per Fiqh Al-Bukhari Perspective', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), pp. 1407–1414. doi: 10.6007/ijarbss/v12-i11/15416.
- Yusuf, M. Y. & Bahari, Z. bin (2015) 'Islamic corporate social responsibility in Islamic banking : Towards poverty alleviation', *Bloomsbury Qatar Foundation Journals*, 4, pp. 73–90.
- Zaman, R., Roudaki, J. & Nadeem, M. (2018) 'Religiosity and corporate social responsibility practices: evidence from an emerging economy', *Social Responsibility Journal*, 14(2), pp. 368–395. doi: 10.1108/SRJ-10-2017-0204.