

Engagement Religious Compliance: Pengembangan Dimensi dan Skala Pengukuran

Alifah Ratnawati, Noor Kholis & Widiyanto

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email: alifah@gmail.com

Abstract

This article aims to discuss the development of the new concept of Engagement Religious Compliance (ERC). ERC is a form of involvement of an organization when entering into partnerships with other organizations, where the partnerships carried out are based on compliance and believed religious norms. In previous studies, the ERC concept was discussed using six indicators. In this research, the ERC concept was developed in terms of dimensions and measurement scales. This research is exploratory research. Data was obtained by conducting literature studies, FGDs and in-depth interviews with experts in management, Islamic economics, organizational behavior and partnership actors. Next, a field test was carried out by distributing questionnaires and the data obtained was analyzed using Confirmatory Factor Analysis using Smart PLS 4. The conclusion of the study results is that ERC has four dimensions, namely 1) cognitive involvement, 2) affective involvement, 3) cognitive attachment, 4) affective attachment. Cognitive engagement was measured with eight indicators, affective engagement was measured with five indicators, cognitive engagement was measured with four indicators and affective engagement was measured with three indicators, so that the total number of indicators obtained was twenty items. The research results also concluded that the original ERC concept only measured involvement, so in the new concept ERC is not only measured by involvement but also measured by engagement. Thus, the results of this research have changed the existing definition of the ERC concept.

Keywords ERC, engagement, attachment.

1. Pendahuluan

Perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya tidak bisa hanya mengandalkan sumber daya yang dimilikinya, namun perlu bermitra dengan berbagai pihak. Kemitraan bisa dilakukan dengan lembaga pemerintahan maupun pihak swasta, *supplier*, distributor, perusahaan lain, bahkan dengan konsumennya atau kliennya. Di dalam kemitraan terdapat persamaan perhatian, saling percaya, saling menghormati, kesediaan untuk berkorban serta terdapat kesepakatan visi, misi, tujuan, dan nilai yang sama. Hal ini sebagaimana diungkapkan Mohr & Spekman (1994) yang mengatakan bahwa kemitraan atau *Partnership* adalah hubungan strategik yang dirancang atau dibangun antara perusahaan-perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dimana terdapat manfaat bersama dan saling kebergantungan yang tinggi.

Organisasi yang bermitra dengan organisasi lain, maka selain memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, juga senantiasa memperhatikan hubungan kemitraan yang terjalin dengan organisasi lainnya. Kemitraan yang terjadi antara dua organisasi dapat menguntungkan namun juga dapat menimbulkan suatu masalah. Kurang jelasnya tujuan atau

sasaran dilakukannya kemitraan, kesalahpahaman, kurangnya koordinasi, kurangnya commitment dan kemungkinan konflik di antara mitra sering disebut sebagai penyebab utama kegagalan kemitraan. Namun ketika hubungan *kemitraan* dianggap memuaskan dan memiliki ikatan emosional, maka dapat berkembang ke tahap *engagement* (Pansari dan Kumar 2017).

Masih sedikit study yang membahas kemitraan yang didasarkan atas Engagament (keterlibatan) secara religi. Study yang telah dilakukan Ratnawati et al. (2023) memunculkan konsep baru dalam bermitra yang diberi nama Engagement Religious Compliance (ERC). ERC dalam penelitian tersebut dimaknai sebagai suatu bentuk keterlibatan suatu organisasi ketika melakukan kemitraan dengan organisasi lain, dimana keterlibatan yang dilakukan didasarkan atas kepatuhan dan norma-norma agama yang diyakini. Dalam studi tersebut, konsep baru ERC diukur dengan enam indikator. ERC merupakan konsep baru yang dikembangkan dari theory partnership, compliance serta Religious

Studi ini mengembangkan konsep ERC yang telah dikembangkan Ratnawati et al. (2023). Pada studi ini ERC dikembangkan dengan menambahkan berbagai indikator untuk mengembangkan dimensi dan pengukurannya. Diharapkan dengan dikembangkannya dimensi dan pengukuran ERC, kemitraan yang terjadi antara organisasi yang berpartner dapat ditingkatkan dengan tetap mematuhi aturan kemitraan namun juga tetap mengedepankan norma norma agama yang diyakini.

2. Tinjauan Literatur

2.1. Engagement

Engagement (keterlibatan) telah dibahas dengan berbagai penafsiran dalam berbagai konteks. Dalam konteks kesejahteraan sosial, keterlibatan dibahas sebagai keterlibatan sipil, keterlibatan sosial, keterlibatan komunitas, dll. Dalam dunia bisnis, keterlibatan dibahas dalam konteks hubungan kontrak, dan dalam manajemen, sebagai aktivitas organisasi dengan pemangku kepentingan internal. Dalam pemasaran, keterlibatan dikaitkan dengan tingkat hubungan aktif yang dimiliki pelanggan dengan perusahaan dan disebut sebagai keterlibatan pelanggan (Customer Engagement). Sebuah hubungan yang dianggap memuaskan dan memiliki ikatan emosional, dapat berkembang ke tahap *Engagement* (Pansari dan Kumar 2017). *Engagement* adalah kegiatan dimana organisasi melibatkan pemangku kepentingan utama dalam hubungan kooperatif untuk mencapai hasil positif (Erdiaw-Kwasie, Alam, dan Shahiduzzaman 2017). Banyak peneliti memberikan gambaran yang berbeda tentang konsep Engagement. Engagement dalam konteks Customer Engagement Behaviours dikemukakan oleh Roy et al. (2022) dengan ciri adanya Compliance, Cooperation, Feedback, Helping other customer serta Positive WOM. Wefald dan Downey (2009) menggunakan dimensi semangat, dedikasi, dan penyerapan untuk mengukur *engagement* di bidang akademik. Sementara itu Kanaparan et al. (2017) menggunakan konsep *emotional engagement* dengan dimensi 1). *Enjoyment*, meliputi *pleasure* dan *satisfy*, 2) *Interest*, meliputi *attention*, *couriosity*, dan *concern*, 3) *Gratification*, meliputi penghargaan yang segera (*immediately*) serta penghargaan yang ditunda (*postponed*). Sedangkan Hollebeek (2011) berpendapat bahwa *Engagement* sebagai konsep unidimensional

berfokus pada aspek keterlibatan emosional (*Emotional engagement*), kognitif (*Cognitive engagement*), atau perilaku (*Behavior engagement*)

2.2. Religious

Religiositas dalam perspektif Islam dapat diukur dari derajat ketqwaannya dan kefahaman terhadap agamanya. Dalam Tafsir Al-Wajiz (<https://tafsirweb.com>) dijelaskan taqwa adalah mengerjakan perintah-perintahnya, menjauhi larangan-laranganNya dan menjauhi neraka, sedangkan dalam tafsir Ibnu Katsir (<https://tafsirweb.com>) dijelaskan taqwa adalah memelihara dari hal-hal yang diharamkan dan mengerjakan semua amal ketaatan. Dari dua penjelasan ini dapat tergambar bahwa ketaqwaan seseorang itu dinilai dari kemampuannya untuk mengerjakan perintah (melakukan ketaatan) dan menjauhi larangan agama (apa yang diharamkan) serta menjauhi dari siksa neraka, yang kesemuanya ini menggambarkan tingkat kemampuan seseorang dalam menjalankan agama (derajat keberagamaan) atau tingkat religiositas seseorang. Oleh karena itu dalam mengukur religiositas akan lebih tepat dengan menggunakan ukuran-ukuran yang digunakan untuk melihat ketaqwaan, yakni Iman, Ibadah Mahdhah, Ibadah sosial dan kemasyarakatan, Akhlaq serta pengetahuan agama. Dalam perspektif Islam, iman mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia. Al-Qardawi (2004) menyatakan bahwa kesempurnaan iman (aqidah) akan membuahkan atau termanifestasikannya dalam bentuk ibadah (ibadah mahdhoh, maupun sosial dan dalam aspek kemasyarakatan), dan nilai-nilai moral yang luhur. Hal ini dapat dilihat dalam QS: Al-Mukminun (23): 1-6, QS: Al-Anfal (8): 2-4, QS: Al-Hujarat (49):15; QS: Al-Furqon (25): 63-68). Selanjutnya dinyatakan pula terkait dengan ibadah; ditegaskan bahwa dengan ibadah, hati manusia akan mencapai kebahagiaan, kegembiraan, kelezatan dan kenikmatan, ketenteraman dan ketenangan. Demikian juga dari aspek moralitas (akhlak) Islam, bahwa akhlak akan merasuk dalam seluruh dimensi Islam, pada aspek akidah, ibadah, muamalah, aspek ekonomi, politik, perdamaian dan perang (Al-Qardawi, 2004). Selajutnya tentang peran penting ilmu (pengetahuan), Kasyani (2014) mengungkapkan, bahwa dengan ilmu Allah akan meninggikan kedudukan beberpa orang dan menjadikannya ilmu sebagai pemimpin dalam kebaikan, ilmu menghidupkan hati dari kebodohan, menyinari mata dari kegelapan, menguatkan tubuh dari kelemahan, mengantar manusia menjadi bijak dan mengantarkan manusia posisi tinggi di dunia maupun akhirat.

2.3. Compliance

A. Parasuraman et al. (1985) mengembangkan model *Service Quality*, yang merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan sesuai harapan pelanggan. Perusahaan yang tidak ingin ditinggalkan pelanggannya akan senantiasa memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, sehingga tidak akan mengecewakan pelanggannya. *Service Quality* kemudian dikembangkan oleh A. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) serta Othman & Owen (2001). Othman dan Owen (2001) mengembangkan dimensi service quality dengan diberi nama model CARTER, meliputi *Compliance*, *Assurance* (jaminan), *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, serta *Responsiveness*. *Compliance* merupakan kemampuan untuk memenuhi Hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perusahaan dan ekonomi Islam (Othman dan Owen (2001). Edwards dan Wolfe (2006) menjelaskan bahwa *compliance* secara umum merupakan kepatuhan

terhadap peraturan yang ditetapkan oleh mereka yang berwenang. *Compliance* mencakup konsep ketaatan, rasa hormat, dapat diatur, setuju, pasif, tidak menentang, dan tunduk. Terkait dengan ini adalah aspek tugas yang mencakup melakukan apa yang seharusnya dilakukan, kewajiban moral, akuntabilitas, kesopanan, kesesuaian, untuk berperilaku baik, bertanggung jawab, bertindak secara moral dan etis. *Compliance* berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT atau dapat pula disebut syariat (Rivai Zainal, 2017)

2.4. Engagement Religious Compliance

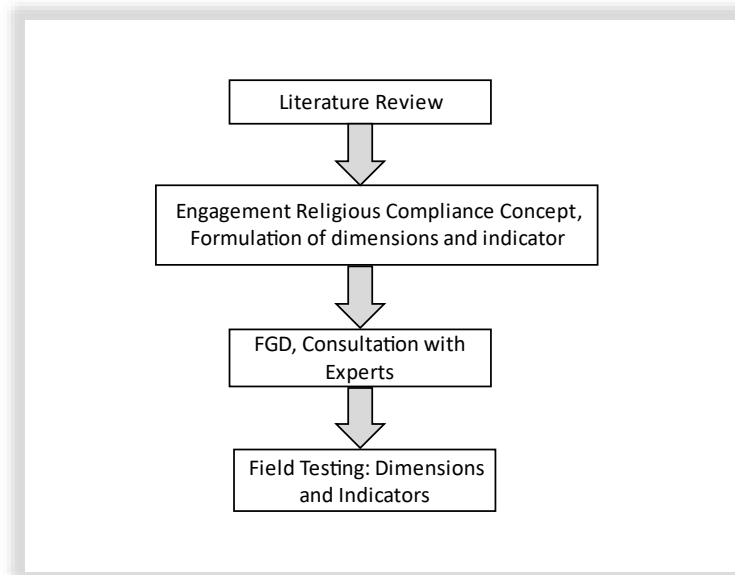
Engagement Religious Compliance (ERC) merupakan suatu bentuk keterlibatan suatu organisasi ketika melakukan kemitraan dengan organisasi lain, dimana keterlibatan yang dilakukan didasarkan atas kepatuhan dan norma-norma agama yang diyakini. ERC merupakan penggabungan dari konsep 1) Engagement yang diturunkan dari *partnership theory* yang dikembangkan oleh McQuaid (2000), 2) Religious serta 3) *Compliance* merupakan konsep yang diturunkan dari pendekatan *service quality (servqual)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) dan selanjutnya dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) dengan nama *Carter Model*. ERC diukur dengan enam indikator (Ratnawati et al., 2023), yakni (a) Rela menjalankan aturan kemitraan sesuai ketentuan syariah; (b) Senang menyediakan layanan kemitraan secara syar'i; (c) Perhatian yang serius pada pelayanan kemitraan yang syar'i; (d) Menyusun peraturan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama; (e) Menyediakan layanan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai ajaran agama; (f) Menyediakan petunjuk pelayanan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama.

Pada study ini Engagement Religious Compliance akan dikembangkan dimensi dan pengukurannya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif, yang akan menggali dimensi dan skala pengukuran pembentuk konsep Engagement Religious Compliance (ERC). Data didapatkan dengan cara melakukan study literatur, dilanjutkan dengan FGD serta konsultasi dan indept interview dengan para ahli manajemen, ekonomi Islam, Perilaku Organisasi dan pelaku kemitraan. Hasil yang didapatkan berupa terbentuknya dimensi dan skala pengukuran ERC. Hasil ini kemudian diuji cobakan ke Rumah Sakit Islam(RSI) yang melakukan kemitraan dengan BPJS Kesehatan, dengan cara menyebarkan kuesioner ke pimpinan RSI. Kuesioner yang terkumpul dan bisa dianalisis sebanyak 85. Data yang didapatkan selanjutnya dianalisis dengan Confirmatory Factor Analysis menggunakan Smart PLS 4. Secara skematis proses pelaksanaan perumusan konsep, dimensi-dimensi dan indikator-indikator Engagement religious Compliance adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Proses pelaksanaan perumusan konsep Engagement religious Compliance, dimensi dan indicator



4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Kajian Pustaka, FGD dan Pandangan Expert. Hasil kajian pustaka yang kemudian didiskusikan di FGD dan dilakukan indept interview dan dikonsultasikan dengan para ahli, dapat dirumuskan bahwa konsep Engagement Religious Compliance dapat dikelompokkan kedalam empat dimensi. Keempat dimensi tersebut adalah 1) Keterlibatan Kognitif, 2) Keterlibatan Afektif, 3) Keterikatan Kognitif, 4) Keterikatan Afektif. Keempat dimensi tersebut beserta indikator yang termasuk didalamnya tertera dalam tabel 1 berikut:

Seminar Nasional

Forum Manajemen Indonesia

2023 Papua

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

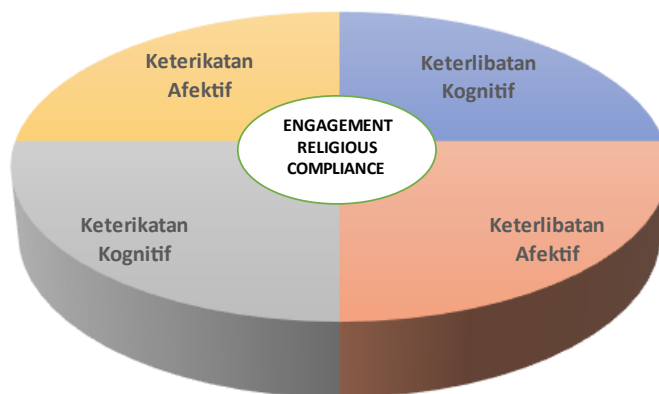
17-19 Oktober 2023

Tabel 1. Dimensi dan Indikator - Hasil FGD dan Indept Interview

KODE	DIMENSI DAN INDIKATOR
	I. KETERLIBATAN KOGNITIF
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi ikut terlibat dengan :
BK1	menyusun rencana kerjasama berdasarkan musyawarah
BK2	mengawal proses implementasi sesuai dengan aturan agama
BK3	mengevaluasi hasil kerjasama sesuai dengan apa yang disepakati
BK4	mengontrol sesuai dengan apa yang sdh disepakati
BK5	meningkatkan kualitas kerjasama dimasa mendatang agar lebih berkah
BK6	menghormati privasi internal mitra (tdk ikut campur)
BK7	suka rela menjalankan aturan kemitraan sesuai ketentuan syariah
BK8	Memberikan perhatian yang serius pada pelaksanaan aturan kemitraan sesuai ajaran agama Islam
BK9	Menyusun peraturan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama
BK10	Menyediakan layanan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai ajaran agama
BK11	Menyediakan petunjuk pelayanan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama
	II. KETERLIBATAN AFEKTIF
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi :
BA1	Memperhatikan kesulitan mitra secara tulus
BA2	Senang menyediakan layanan bagi pasien secara syar'i.
BA3	Pertumbuhan bisnis mitra
BA4	Kesesuaian Reputasi mitra dengan norma agama
BA5	Visi misi mitra
	III. KETERIKATAN KOGNITIF
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi terikat dengan :
KK1	rencana yang sdh disepakati
KK2	Proses implementasi yang sesuai dengan aturan agama
KK3	Cara dan metode untuk mengevaluasi
KK4	Aturan pengawasan yang sdh disepakati
KK5	Upaya untuk meningkatkan kualitas kerjasama
KK6	Menyusun Aturan kemitraan yang dibuat sendiri sesuai aturan syariah
KK7	Menyediakan layanan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai ajaran agama
KK8	Menyediakan petunjuk pelayanan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama
	IV. KETERIKATAN AFEKTIF
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi terikat untuk
KA1	Membantu menyelesaikan kesulitan mitra
KA2	Membantu pertumbuhan bisnis mitra
KA3	Membantu menjaga reputasi mitra agar sesuai dengan norma agama

Hasil FGD dan Indept Interview dan konsultasi dengan para ahli memunculkan empat dimensi yang membentuk ERC. Dimensi pertama adalah Keterlibatan kognitif dengan sebelas indikator, Dimensi kedua Keterlibatan Afektif dengan lima indikator, dimensi ketiga Keterikatan Kognitif dengan delapan indikator dan dimensi keempat adalah Keterikatan Afektif dengan tiga indikator.

Gambar 2. Dimensi ERC (Dihasilkan dalam penelitian ini)



Hasil Uji Lapangan. Gambaran umum Responden. Hasil kajian lapangan dilakukan terhadap organisasi yang melakukan kemitraan. Dalam penelitian ini dipilih Rumah Sakit Islam yang berpartner dengan BPJS Kesehatan. Kajian lapangan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner tentang dimensi dan indikator konsep Engagement Religious Compliance. Jumlah kuesioner yang terkumpul dan bisa dianalisis sejumlah 85. Responden berasal dari RS Roemani, RSIGM Sultan Agung, RSI Sultan Agung, RSI Kendal, RSI Aisyah Kudus, RSI Karanganyar Solo, RS Sultan Hadlirin Jepara. Responden nerupakan pimpinan RSI di level menengah keatas.

Hasil uji Confirmatory Factor Analysis. Hasil FGD dan Indept Interview yang tercantum pada Tabel 1, kemudian dilakukan uji lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner. Selanjutnya data hasil penyebaran kuesioner dilakukan uji Confirmatory Factor Analysis menggunakan Smart PLS 4. Hasil pengujian lapangan atas konsep Engagement Religious Compliance memunculkan dimensi dengan indikator dan faktor loading sebagaimana tertera pada tabel 2. Pada penelitian ini ditetapkan faktor loading minimal yang masih diijinkan untuk bergabung dalam suatu dimensi adalah 0,6. Atas dasar hal ini, maka jumlah indikator pada masing masing dimensi ada yang mengalami perubahan. Dimensi Keterlibatan kognitif yang semula mempunya sebelas indikator, berubah menjadi delapan indikator. Dimensi kedua, keterlibatan Afektif tidak mengalami perubahan, tetap dengan lima indikator. Dimensi ketiga Keterikatan Kognitif semula memiliki delapan indikator kemdian berubah menjadi empat indikator dan dimensi keempat. Dimensi keempat, Keterikatan Afektif, tetap dengan tiga indikator. Sehingga jumlah indikator secara keseluruhan yang didapatkan sebanyak duapuluh item

Tabel 2. Hasil uji Confirmatory Factor Analysis

KOD		Faktor
E	DIMENSI DAN INDIKATOR	Loadin g
	I. KETERLIBATAN KOGNITIF	
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi ikut terlibat dengan :	
BK2	mengawal proses implementasi sesuai dengan aturan agama	0.606
BK3	mengevaluasi hasil kerjasama sesuai dengan apa yang disepakati	0.716
BK4	mengontrol sesuai dengan apa yang sdh disepakati	0.769
BK7	suka rela menjalankan aturan kemitraan sesuai ketentuan syariah	0.789
BK8	Memberikan perhatian yang serius pada pelaksanaan aturan kemitraan sesuai ajaran agama Islam	0.829
	Menyusun peraturan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama	0.692
BK9		
BK10	Menyediakan layanan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai ajaran agama	0.941
	Menyediakan petunjuk pelayanan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama	0.955
BK11		
	II. KETERLIBATAN AFEKTIF	
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi :	
BA1	Memperhatikan kesulitan mitra secara tulus	0.901
BA2	Senang menyediakan layanan bagi pasien secara syar'i.	0.801
BA3	Pertumbuhan bisnis mitra	0.864
BA4	Kesesuaian Reputasi mitra dengan norma agama	0.833
BA5	Visi misi mitra	0.765
	III. KETERIKATAN KOGNITIF	
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi terikat dengan :	
KK2	Proses implementasi yang sesuai dengan aturan agama	0.673
KK6	Menyusun Aturan kemitraan yang dibuat sendiri sesuai aturan syariah	0.862
KK7	Menyediakan layanan tambahan dalam menjalankan kemitraan sesuai ajaran agama	0.916
	Menyediakan petunjuk pelayanan dalam menjalankan kemitraan sesuai keyakinan agama	0.944
KK8		
	IV. KETERIKATAN AFEKTIF	
	Ketika melakukan kemitraan, organisasi terikat untuk	
KA1	Membantu menyelesaikan kesulitan mitra	0.859
KA2	Membantu pertumbuhan bisnis mitra	0.751
KA3	Membantu menjaga reputasi mitra agar sesuai dengan norma agama	0.949

Sumber : Hasil CFA, 2023

Indikator pada masing masing dimensi telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Faktor loading masing masing indikator antara 0,606 sampai dengan 0,955 sehingga lebih dari 0,6. Composite Reliability antara 0,883 sampai 0,929 sehingga sudah memenuhi ketentuan karena diatas 0,7. Nilai Cronbach's alpha antara 0,904 sampai dengan 0,933 sehingga sudah memenuhi ketentuan karena lebih dari 0,7. Sedangkan nilai AVE berkisar antara 0,632 sampai dengan 0,734 sehingga sudah melebihi 0,5

Dimensi dan Pengukuran Engagament Religious Compliance. Study yang telah dilakukan Ratnawati et al. (2023) memunculkan konsep baru dalam bermitra yang diberi nama Engagement Religious Compliance (ERC). Dalam konsep tersebut ERC diukur dengan enam indikator. Namun pada penelitian ini, hasil kajian pustaka yang dilanjutkan dengan FGD dan indept interview serta konsultasi dengan para ahli telah memberikan pandangan bahwa Engagament Religious Compliance dapat dikembangkan menjadi empat dimensi, yakni 1) keterlibatan kognitif, 2) keterlibatan afektif, 3) keterikatan kognitif serta 4) keterikatan afektif. Hasil ini memunculkan definisi baru, bahwa ERC adalah suatu bentuk keterlibatan dan keterikatan suatu organisasi ketika melakukan kemitraan dengan organisasi lain, dimana keterlibatan dan keterikatan yang dilakukan didasarkan atas kepatuhan dan norma-norma agama yang diyakini. ERC yang dikembangkan Ratnawati et al. (2023) menggunakan enam indikator. Hasil penelitian ini mengembangkan ERC dengan 20 indikator yang tersebar dalam empat dimensi, yakni 1) keterlibatan kognitif diukur dengan delapan indikator, 2) keterlibatan afektif diukur dengan lima indikator, 3) keterikatan kognitif diukur dengan empat indikator serta 4) keterikatan afektif diukur dengan tiga indikator

5. Kesimpulan

Penelitian ini telah mengeksplorasi dimensi dan skala pengukuran ERC. ERC telah dikembangkan menjadi empat dimensi dengan duapuluh indikator. Diharapkan dengan hasil ini organisasi yang melakukan kemitraan dengan organisasi yang lain dapat ditingkatkan kemitraannya dengan tetap mematuhi aturan kemitraan namun juga tetap mengedepankan norma norma agama yang diyakini. Diharapkan dnegan cara ini akan dapat meningkatkan partnership performance. Pada masa mendatang ERC perlu di uji cobakan ke organisasi lain dengan latar belakang yang berbeda dengan penelitian ini. Juga perlu diuji bagaimana penhgafruh ERC dalam meningkatkan partnership performance.

Referensi

Al-Qur'anulkarim,: Mircle the Reference. Sighma Publishing, Jakarta (2010).

Al-Qardaqli, Yusuf.: Sistem Pengetahuan Islam. Restu Ilahi. Jakarta (2004)

Edwards, J., & Wolfe, S. (2006). A compliance competence partnership approach model. *Journal of Financial Regulation & Compliance*, 14(2), 140–150. <https://doi.org/10.1108/13581980610659459>

Erdiaw-Kwasie, M. O., Alam, K., & Shahiduzzaman, M. (2017). Towards Understanding Stakeholder Salience Transition and Relational Approach to 'Better' Corporate Social

Responsibility: A Case for a Proposed Model in Practice. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 85–101. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2805-z>

Hollebeek, L. D. (2011). *Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research*. January. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>

Kanaparan, G., Cullen, R., & Mason, D. (2017). *Effect of Self-efficacy and Emotional Engagement on Introductory Programming Students 2 Theoretical Framework and Research Hypotheses*. 1–11.

McQuaid, R. W. (2000). The theory of partnership: why have partnerships? *Managing Public-Private Partnerships for Public Services: An International Perspective*, January, 9–35.

Mohr, J., & Spekman, R. (1994). *CHARACTERISTICS OF PARTNERSHIP SUCCESS: PARTNERSHIP ATTRIBUTES, COMMUNICATION BEHAVIOR, AND CONFLICT RESOLUTION TECHNIQUES*. 15(June 1993), 135–152.

Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks : A Case Study In Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1–26.

Pansari, A., & Kumar, V. (2017). Customer engagement: the construct, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 294–311. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0485-6>

Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *American Marketing Association*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.2307/1251430>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. In *Journal of Marketing* (Vol. 49, Issue 4, p. 41). <https://doi.org/10.2307/1251430>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–37. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)

Ratnawati, A., Widodo, W., & Wahyono, W. (2023). Improving partnership performance of BPJS Healthcare in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2022-0135>

Roy, S. K., Gruner, R. L., & Guo, J. (2022). Exploring customer experience, commitment, and engagement behaviours. *Journal of Strategic Marketing*, 30(1), 45–68. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1642937>

Wefald, A., & Downey, R. (2009). Construct dimensionality of engagement and its relation

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

with satisfaction. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 143(1), 91–111.
<https://doi.org/10.3200/JRLP.143.1.91-112>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)