

Peran Involvement dan Engagement dalam Meningkatkan Partnership Performance

Alifah Ratnawati, Noor Kholis & Widiyanto bin Mislan Cokrohadisumarto

Universitas Islam Sultan Agung, Semarang

Email: alifah@unissula.ac.id

Abstract

This study aims to develop the concept of Engagement Religious Compliance (ERC), which has been written by Ratnawati, Kholis, et al. (2023) and Ratnawati, Widodo, et al. (2023). ERC, as a concept in conducting partnerships, is interpreted as a form of involvement of an organization when conducting alliances with other organizations, where the partnership carried out is based on compliance and religious norms (Islam) that are believed. In this study, the concept of ERC, with the dimensions of involvement and engagement from a spiritual perspective, is tested for its influence on marketing performance. It also tested whether engagement can act as a moderating variable in the relationship between involvement and partnership performance. In this study, data were obtained by distributing questionnaires to selected respondents, namely the heads of Islamic Hospitals in Central Java who are partners with BPJS Kesehatan. The questionnaires collected and could be analyzed were 87. The data obtained were then analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of Smart PLS 4 software. The study's results showed that engagement affected increasing partnership performance. Involvement cannot directly affect partnership performance, but the existence of engagement can moderate the effect of participation on increasing partnership performance.

Keywords engagement religious compliance, involvement, engagement, partnership performance.

1. Pendahuluan

Perusahaan yang ingin berkembang akan senantiasa menggunakan partnership sebagai strategi yang penting untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan perusahaan. Hal ini penting, mengingat perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan sumber daya yang dimilikinya sehingga perusahaan perlu bermitra dengan berbagai pihak. Theory Partnership dikembangkan oleh McQuaid (2000) berfokus pada pemahaman tentang kolaborasi antara berbagai pihak atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam teori tersebut, *Partnership* digunakan untuk menggambarkan beragam jenis hubungan dalam berbagai keadaan dan lokasi, dimana keuntungan yang didapat dari kemitraan adalah tersedianya sumber daya, meningkatnya efektivitas dan efisiensi organisasi, dan memungkinkan legitimasi yang lebih besar karena melibatkan pihak lain. Melalui *partnership*, kedua belah pihak yang bermitra bisa saling melengkapi, berbagi sumber daya, dan meningkatkan daya saingnya sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat. Selain itu, melalui partnership perusahaan dan mitra dapat mengakses pengetahuan dan peluang melakukan inovasi, meningkatkan kapabilitas anggota organisasi, serta dapat memperluas pemasaran produk maupun jasa sehingga bisa menguntungkan bagi kedua belah pihak yang bermitra.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Banyak manfaat yang didapatkan dengan adanya partnership, namun demikian partnership juga memiliki kelemahan, antara lain dapat membuat perusahaan memiliki ketergantungan terhadap mitranya. Zubair et al. (2021) menemukan bahwa partnership memiliki risiko yang besar diantaranya dalam bentuk kurangnya transparansi, konflik kepentingan, profesionalisme yang rendah, dan mekanisme akuntabilitas yang lemah. Dari perspetif Islam ini menggambarkan bahwa adanya persoalan-persoalan etis mendasar yang penyelesaiannya perlu berbasis pada norma agama. Seharusnya, semua pihak yang terlibat dalam kemitraan melaksanakan secara konsisten program-program yang telah disepakati bersama untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan bersama maupun kelebihan manfaat yang dirasakan masing-masing mitra.

Adanya berbagai persoalan di dalam partnership, menjadikan Ratnawati, Widodo, et al. (2023) menyodorkan konsep baru untuk mengatasinya. Konsep baru tersebut diberi nama **Engagement Religious Compliance (ERC)**, yaitu suatu bentuk keterlibatan organisasi ketika bermitra dengan organisasi lain yang didasarkan atas kepatuhan terhadap norma-norma agama yang diyakini (Islam). Selanjutnya konsep baru tersebut dikembangkan dimensi dan pengukurannya, dengan dimensi pembentuknya adalah Engagement dan Involvement dalam perspektif Religi (Ratnawati, Kholis, et al., 2023). Engagement dalam studi tersebut dibedakan atas Engagement kognitif dan Engagement Afektif, demikian pula involvement dibedakan atas involvement Kognitif dan dan involvement afektif.

Melanjutkan studi yang telah dilakukan Ratnawati, Kholis, et al. (2023) dan Ratnawati, Widodo, et al. (2023), studi ini menguji bagaimana dimensi dimensi pembentuk ERC, yakni Engagement dan Involvement dalam perspektif religi, berpengaruh terhadap partnership performance. Dengan memahami hubungan antara Engagement, Involvement dan partnership performance, organisasi dapat mengidentifikasi strategi untuk meningkatkan partnership yang lebih produktif dan berkelanjutan, serta menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, keberhasilan kemitraan tidak hanya bergantung pada kesepakatan formal dan kontrak awal yang ditandatangani, tetapi juga pada tingkat engagement serta involvement dari setiap mitra yang terlibat.

2. Tinjauan Literatur

Partnership theory. Kemitraan antar organisasi telah menjadi cara yang dianggap penting bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja maupun untuk menemukan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Mohr & Spekman, 1994), kelestariannya (Ivashchenko & Isaeva, 2021), maupun kinerja yang berkelanjutan (Alsmairat et al., 2024). Di berbagai sektor, baik publik, swasta, maupun sosial, kemitraan dipandang sebagai kunci untuk mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai secara individu. Kemitraan adalah hubungan dinamis antara para pelaku yang beragam, berdasarkan tujuan yang disepakati bersama, diupayakan melalui pemahaman bersama tentang pembagian kerja berdasarkan keunggulan komparatif masing-masing mitra (Brinkerhoff 2002). Dengan menggabungkan kekuatan, sumber daya, dan keahlian dari berbagai pihak, kemitraan dapat menciptakan nilai tambah dan menghasilkan kinerja yang superior

Partnership theory digagas oleh McQuaid (2000) berfokus pada pemahaman tentang kolaborasi

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

antara berbagai pihak atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Theory ini mengeksplorasi berbagai alasan mengapa kemitraan dibentuk dan bagaimana partnership dapat dikelola untuk mencapai keberhasilan kemitraan. Teori ini juga sering digunakan dalam studi-studi tentang kemitraan publik, swasta, nirlaba dan kemitraan lintas sektor serta digunakan untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan kemitraan. Partnership menawarkan keuntungan seperti sinergi, inovasi, dan penyelesaian masalah yang lebih efektif, tetapi juga menghadapi tantangan seperti potensi konflik, ketidaksetaraan dalam kontribusi, atau perbedaan dalam tujuan jangka panjang. Kemitraan memungkinkan mitra saling berbagi risiko, memperluas pasar, mengakses teknologi baru, serta mengatasi tantangan yang kompleks. Namun, kemitraan juga menghadirkan tantangan tersendiri, seperti perbedaan budaya organisasi, ketidakseimbangan kontribusi, dan potensi konflik tujuan. Zubair et al. (2021) menemukan bahwa kemitraan memiliki risiko etika yang besar diantaranya dalam bentuk kurangnya transparansi, konflik kepentingan, profesionalisme yang rendah, dan mekanisme akuntabilitas yang lemah. Dari uraian di atas tergambar adanya manfaat ketika melakukan kemitraan. Namun selain terdapat manfaat, sebenarnya juga terdapat potensi menghadapi resiko ketika melakukan kemitraan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kemitraan yang efektif dibentuk, dikelola, dan dipertahankan

Partnership performance. Memahami dan mengukur partnership performance sangat penting dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan hubungan jangka panjang dari organisasi yang sedang melakukan kemitraan. Partnership performance mencakup berbagai aspek yang dihasilkan dari adanya kemitraan antara organisasi, baik berupa aspek finansial maupun aspek non finansial. J. Mohr dan Spekman (1994) meneliti tentang success of partnership dan attributes of partnership, menyimpulkan bahwa kemitraan yang sukses seringkali ditandai oleh atribut commitment, coordination, interdependence, serta trust yang secara langsung akan mempengaruhi performa kemitraan. Success of partnership diukur dari satisfaction dan dyadic sales yang diperoleh melalui kerjasama erat antara mitra. Peneliti yang lain, Sodhi dan Son (2009) menyampaikan bahwa partnership performance mencakup dimensi strategi partnership performance dan dimensi operasional partnership performance. Dimensi strategi partnership performance ditandai dengan indikator profit level, cost control, technology development, new product development, knowledge transfer, manufacturing & quality control, marketing activities, sales level, dan customer service. Sedangkan dimensi operasional partnership performance ditandai dengan indikator forecasting accuracy, inventory level, lead time, supply chain responsiveness, serta supply chain management cost reduction. Meneruskan peneliti sebelumnya, Ratnawati et al.(2023) mengembangkan item pengukuran Partnership performance di organisasi jasa dengan memasukkan nilai-nilai Islam. Indikator yang digunakan untuk mengukur Partnership performance meliputi revenue level, Sales growth, customer service, Qimah Insaniyah (the benefits of humanity), created partnership, Qimah Ruhiah (get closer to Allah), serta partner managerial development

Engagement religious compliance. Ratnawati et al., (2023) telah mengembangkan konsep baru yang diberi nama **Engagement Religious Compliance (ERC)**, yaitu suatu bentuk keterlibatan organisasi ketika bermitra dengan organisasi lain yang didasarkan atas kepatuhan terhadap

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

norma-norma agama yang diyakini (dalam hal ini adalah Islam). Konsep baru ini, dibentuk berdasarkan pertimbangan bahwa perusahaan yang melakukan hubungan kemitraan dengan perusahaan yang lain, agar kemitraan yang terjadi memiliki ikatan emosional maka diperlukan engagement atau keterlibatan antar partner. Konsekuensi dari kemitraan yang dilakukan adalah perusahaan harus patuh dan tunduk atas aturan aturan kemitraan (compliance) yang telah ditentukan. Dalam konsep baru tersebut, hubungan partnership yang terjadi haruslah didasarkan atas nilai nilai religius (Islam).

Didalam partnership, terkandung unsur partisipasi. Steinhardt et al. (2022) berpendapat bahwa partisipasi bisa dibedakan atas Engagement dan Involvement. Sejalan dengan pendapat tersebut, Ratnawati, Kholis, et al., (2023) telah mengembangkan konsep ERC kedalam dimensi Engagement dan Involvement dalam perspektif Religi. Engagement religious dimaksudkan sebagai bentuk keterikatan dalam bermitra sedangkan Involvement Religious merupakan bentuk keterlibatan dalam bermitra, dimana baik engagement maupun involvement dilakukan dengan berdasarkan atas kepatuhan dan norma norma agama yang diyakini. Dalam study tersebut dimensi Engagament Religious terdiri dari Engagement Afektif (EA) dan Engagement Kognitif (EC) sedangkan dimensi Involvement Religious terdiri dari dari Involvement Afektif (IA) dan Involvement Kognitif (IC)

ERC, yang merupakan bentuk keterlibatan sebuah organisasi dalam menjalankan aturan sesuai ketentuan kemitraan dan norma agama (Islam), terbukti dapat meningkatkan partnership performance (Ratnawati, Widodo, et al., 2023). Hasil ini telah mengkonfirmasi pendapat De Waal & de Haas (2019) yang mengemukakan bahwa keterlibatan manajemen akan mempengaruhi keberhasilan kemitraan, juga pendapat Mohr & Spekman (1994) yang mengemukakan bahwa participation mampu meningkatkan kesuksesan partnership. Dalam penelitian ini, ERC dikembangkan menjadi dua dimensi yakni Engagement Religious dan involvement Religious. Merujuk pada pendapat berbagai ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semakin terdapat keterlibatan (involvement) maupun keterikatan (engagement) secara religious, maka kinerja kemitraan akan semakin meningkat. Atas dasar hal ini maka dikembangkan hipotesis:

H1 : Semakin kuat involvement, maka partnership performance akan semakin meningkat

H2: Semakin kuat engagement, maka partnership performance akan semakin meningkat

Involvement dan Engagement adalah konsep yang sangat erat kaitannya dalam partnership. Di dalam hubungan partnership, baik partnership antara tim, organisasi maupun pemerintah, Involvement dan Engagement memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan dan kelanjutan hubungan kemitraan. Keberhasilan kemitraan ini tidak hanya bergantung pada kesepakatan formal dan kontrak yang ditandatangani, tetapi juga pada tingkat involvement dan engagement. Organisasi akan terlibat sehingga menghasilkan partnership yang bagus manakala ada keterikatan. Dapat juga dikatakan bahwa Engagement akan memperkuat pengaruh keterlibatan terhadap kinerja kemitraan. Engagement akan menjadi moderasi yang akan mempengaruhi hubungan involvement terhadap partnership performance. Atas dasar uraian diatas, maka dikembangkan hipotesis

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

H3: Semakin kuat Engagement, maka pengaruh involvement terhadap partnership performance akan semakin meningkat

3. Metode Penelitian

Konsep Engagement Religious Compliance yang ditulis (Ratnawati, Kholis, et al., 2023) dalam penelitian ini dikembangkan menjadi dua dimensi, yaitu Engagement Religious dan Involvement religious. Dimensi Engagement Religious terdiri dari *Engagement Afektif (EA)* dengan tiga indikator dan *Engagement Kognitif (EC)* dengan delapan indikator. Dimensi *Involvement Religious* terdiri dari *Involvement Afektif (IA)* dengan lima indikator dan *Involvement Kognitif (IC)* dengan sebelas indikator. Indikator dari variabel *partnership performance* berjumlah tujuh, merujuk dari penelitian yang telah dilakukan (Ratnawati, Widodo, et al., 2023). Data pada penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pimpinan Rumah Sakit Islam di Jawa tengah. Kuesioner yang terkumpul dan bisa dianalisis sebanyak 87. Data yang didapatkan selanjutnya dilakukan pengujian model empirik dengan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan bantuan software Smart PLS 4. Prosedur yang dilakukan adalah membuat model diagram jalur hubungan kausalitas antar konstruk beserta indikatornya, menguji *measurement model*, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis *structural model*.

4. Hasil dan Pembahasan

Identitas Responden. Penelitian ini mengambil objek penelitian Rumah Sakit Islam di Jawa tengah Indonesia, yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan. Rumah sakit tersebut adalah RS Islam Sultan Agung, RSIGM Sultan Agung, RSI Kendal, RS Roemani, RS Aisyah Kudus, RS Sultan Hadlirin Jepara dan RS PKU Muhammadiyah Karanganyar. Responden merupakan pimpinan Rumah Sakit Islam terpilih, di level menengah keatas. Jumlah kuesioner yang terkumpul dan bisa dianalisis sejumlah 87.

Validity test, reliability test and evaluation of structural models. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji convergen validity, yaitu dengan melihat korelasi skor indikator dengan skor konstruk. Indikator yang mempunyai nilai loading dibawah yang disyaratkan (0,6) dikeluarkan dari model (Ghozali & Latan, 2015). Indikator yang dikeluarkan dari model adalah IC1, IC2, IC5, IC6, IC9, IA2, IA5, EC1, EC3, EC4, PP6, PP7. Discriminant Validity dapat dilihat dari cross loading antara indikator dengan konstruk lain. Hasilnya menunjukkan bahwa korelasi semua konstruk dengan indikatornya masing masing lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya (Tabel 1). Dapat juga dikatakan bahwa setiap item berkorelasi lebih kuat dengan dimensi yang diukurnya dan berkorelasi lemah dengan dimensi yang tidak diukurnya. Hal ini dapat disimpulkan bawa evaluasi validitas diskriminan telah terpenuhi.

Tabel 1. Cross Loadings

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

	Engagement	Involvement	Partnership performance	Engagement x Involvement
EA1	0,763	0,488	0,314	-0,369
EA2	0,800	0,520	0,451	-0,281
EA3	0,941	0,652	0,583	-0,482
EC2	0,806	0,580	0,565	-0,289
EC5	0,742	0,440	0,568	-0,046
EC6	0,914	0,576	0,618	-0,403
EC7	0,890	0,570	0,514	-0,419
EC8	0,920	0,585	0,575	-0,459
IA1	0,477	0,789	0,296	-0,349
IA3	0,478	0,830	0,433	-0,354
IA4	0,590	0,757	0,353	-0,318
IC3	0,478	0,727	0,438	-0,336
IC4	0,525	0,719	0,487	-0,346
IC7	0,550	0,774	0,431	-0,338
IC8	0,615	0,871	0,501	-0,592
IC10	0,464	0,847	0,413	-0,440
IC11	0,470	0,849	0,376	-0,449
PP1	0,294	0,342	0,689	0,201
PP2	0,360	0,277	0,710	0,124
PP3	0,460	0,375	0,766	0,107
PP4	0,534	0,344	0,851	0,044
PP5	0,671	0,617	0,855	-0,335
Engagement x Involvement	-0,403	-0,498	-0,028	1,000

Diskriman validity juga diuji dengan membandingkan akar kuadrat Average variance extracted. Hasil evaluasi validitas diskriminan dengan metode Fornell dan Lacker criterion dapat diterima dimana akar AVE setiap dimensi (dalam sumbu diagonal) lebih besar dari korelasinya dengan dimensi lainnya (Tabel 2)

Tabel 2. Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Engagement	Involvement	Partnership performance
Engagement	0,850		
Involvement	0,652	0,798	
Partnership performance	0,632	0,531	0,777

Uji reliabilitas dapat dilihat melalui nilai cronbach Alpha , Composite Reliability dan Average variance extracted (Tabel 3). Nilai cronbach Alpha dan Composite reliability mempunyai nilai

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

diatas 0,70 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pengukuran konsisten/reliable dalam mengukur variabel. Sedangkan nilai AVE semua variabel menunjukkan nilai AVE diatas 0,50 sehingga convergent validity tercapai. Hasil ini menunjukan bahwa reliabilitas variabel terpenuhi

Table 3. Reliability, average variance extracted

Latent variables	Cronbach alpha	Composite reliability	Average variance extracted
Involvement	0,928	0,940	0,637
Engagement	0,944	0,954	0,723
Partnerhip performance	0,841	0,883	0,604

Gambar 1 dan Tabel 4, menunjukkan bagaimana pengaruh antara variabel yang diuji. Terdapat efek langsung pengaruh positif yang signifikan antara Engagement terhadap partnership performance ($\beta=0,547$; t statistik = 2,629, p-value < 0.01), namun Involvement terhadap Partnership Performance mempunyai efek yang positif tetapi tidak signifikan ($\beta=0.360$, t statistik = 1,712, p-value > 0.05). Hal ini menunjukkan hipotesis H1 didukung sedangkan H2 ditolak.

Peran moderasi Engagement dalam hubungan Involvement dengan Partnership performance, menunjukkan nilai yang positif dan signifikan ($\beta=0,225$; t statistik = 2.365, p-value < 0.05). Hasil ini mengandung arti bahwa Engagement mampu menjadi variabel moderasi antara Involvement dengan Partnership performance.

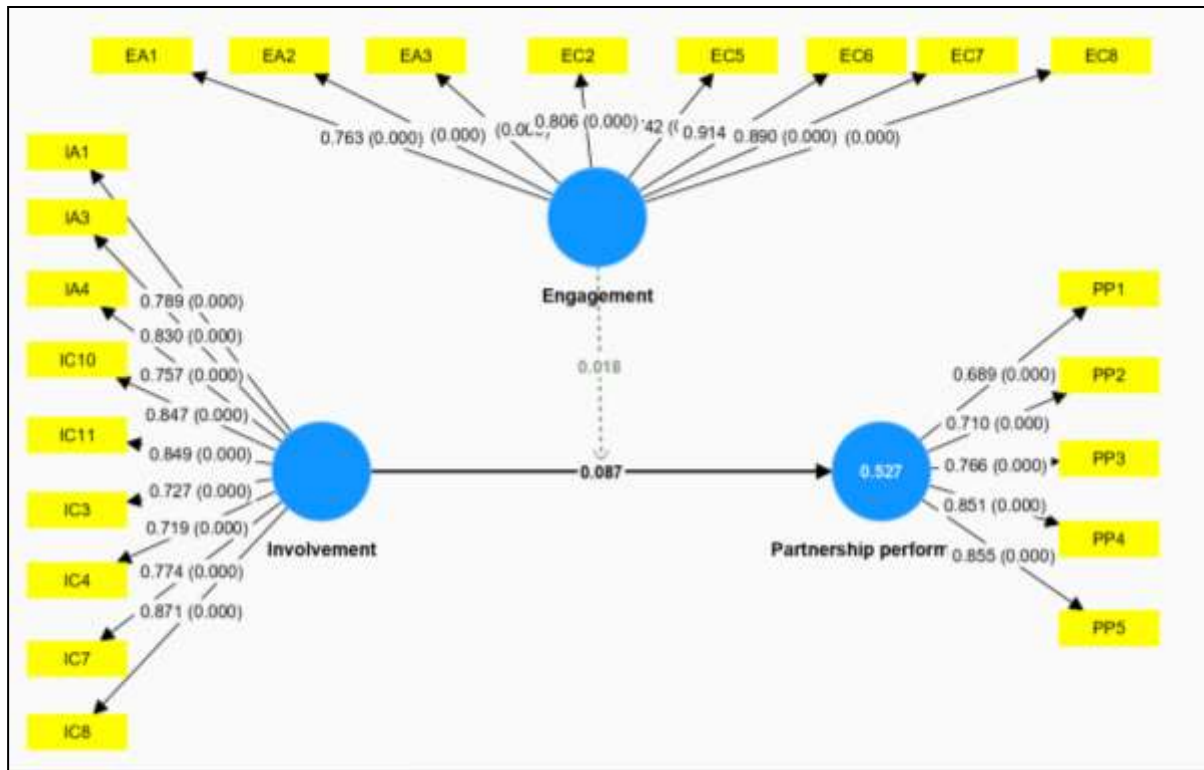
Gambar 1. Full Model

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024



Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Effect	Path coefficient	T Statistik	P-value	Kesimpulan
Involvement→Partnership Performance	0,360	1,712	0,087	H1 tidak didukung
Engagement→Partnership Performance	0,547	2,629	0,000 *	H2 didukung
Engagement x Involvement →Partnership Performance	0,224	2,365	0,018**	H3 didukung

Note: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Partnership yang dibangun dengan ERC (dengan norma Islam) dan dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai jalan untuk mencapai keberhasilan kemitraan. Hal ini mengkonfirmasi Partnership theory (McQuaid, 2000) yang mengeksplorasi berbagai alasan mengapa kemitraan dibentuk dan bagaimana partnership dapat dikelola untuk mencapai keberhasilan kemitraan

ERC telah dikembangkan dalam penelitian ini dengan dua dimensi, Involvement dan Engagement, dimana masing msing dimensi terkandung unsur kognitif dan afektif. Peningkatan Engagement kognitif dan afektif dalam perspektif religious (Islam) telah terbukti dapat meningkatkan partnership performance. Hasil ini mendukung pendapat De Waal dan de Haas (2019) yang mengemukakan bahwa keterlibatan manajemen akan mempengaruhi

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

keberhasilan kemitraan. Engagement kognitif dalam perspektif religious (Islam) di organisasi yang menjalankan usaha jasa, seperti Rumah Sakit Islam yang berpartner dengan BPJS Kesehatan, diwujudkan dengan adanya upaya untuk senantiasa meningkatkan kualitas kerjasama dan mengimplementasikan kemitraan sesuai dengan aturan agama. Bentuk engagement kognitif yang lain adalah ketika melakukan kemitraan senantiasa bersama mitra menyusun aturan kemitraan, menyediakan layanan tambahan bagi pelanggan serta menyediakan petunjuk pelayanan, yang kesemuanya dijalankan sesuai keyakinan agama. Sedangkan engagement afektif diwujudkan dalam bentuk keterikatan organisasi untuk membantu menyelesaikan kesulitan mitra, membantu pertumbuhan bisnis mitra serta membantu menjaga reputasi mitra agar sesuai dengan norma agama

Involvement dalam penelitian ini terbukti tidak dapat meningkatkan partnership performance. Involvement mengandung unsur kognitif dan afektif (Harrigan et al., 2017). Involvement yang kuat berarti bahwa mitra tidak hanya berkomitmen secara emosional, tetapi juga berperan aktif dalam aspek kemitraan. Dalam konteks kemitraan antara Rumah Sakit Islam dengan BPJS Kesehatan, involvement kognitif dalam perspektif religious diwujudkan dalam bentuk keterlibatan rumah sakit dalam mengevaluasi hasil kerjasama, mengontrol pelaksanaan kerjasama, kerelaan menjalankan aturan kemitraan dan perhatian yang serius pada aturan kemitraan sesuai ajaran agama Islam. Sedangkan involvement afektif secara religious terbentuk ketika organisasi terlibat dengan memperhatikan kesulitan mitra secara tulus, Memperhatikan Pertumbuhan bisnis mitra, Memperhatikan Kesesuaian Reputasi mitra dengan norma agama, serta Memperhatikan Visi misi mitra.

Dalam perspektif religious (Islam), Involvement diyakini dapat meningkatkan partnership performance kalau engagementnya kuat. Pengaruh involvement dalam meningkatkan partnership performance dapat terjadi manakala terdapat peningkatan engagement.

5. Kesimpulan

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan terhubung, konsep involvement, engagement, dan partnership menjadi semakin krusial bagi keberhasilan organisasi. Ketiga elemen ini tidak hanya berdiri sendiri, tetapi juga saling terkait dan berkontribusi secara signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan Engagement secara religious (norma Islam) berpengaruh terhadap peningkatan partnership performance. Involvement tidak dapat berpengaruh secara langsung terhadap partnership performance, namun keberadaan engagement mampu memoderasi pengaruh involvement terhadap peningkatan partnership performance.

Referensi

- Alsmairat, M. A. K., Al-Ma'aitah, N., Al-hwameil, T., & Elrehail, H. (2024). Supply chain partnership and sustainable performance: does TQM mediate the relationship? *International Journal of Quality and Service Sciences*, 16(1), 63–86. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2023-0101>
- Brinkerhoff, J. M. (2002). Government–Nonprofit Partnership: a Defining Framework. *Public*

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Admin. Dev, 22, 19–30. <https://doi.org/10.1002/pad.203>

de Waal, A., & de Haas, J. (2019). Creating high performance partnerships in Asia: the case of NEH the Philippines. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/ijoem-08-2016-0212>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.

Harrigan, P., Evers, U., Miles, M. P., & Daly, T. (2017). Customer engagement and the relationship between involvement, engagement, self-brand connection and brand usage intent. *Journal of Business Research*, June, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.046>

Ivashchenko, N., & Isaeva, L. (2021). Basic principles of partnership as the factor of sustainable development in the context of business ecosystems. *E3S Web of Conferences*, 291. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129108005>

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.

Ratnawati, A., Kholis, N., & Widiyanto, W. (2023). Engagement Religious Compliance : Pengembangan Dimensi dan Skala Pengukuran. *Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia*, 689–699. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1546>

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>

Sodhi, M. M. S., & Son, B. G. (2009). Supply-chain partnership performance. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45(6), 937–945. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2009.05.004>

Steinhardt, F., Dolva, A. S., Jahnsen, R., & Ullenhag, A. (2022). Exploring two subdimensions of participation, involvement and engagement: A scoping review. *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*, 29(6), 441–463. <https://doi.org/10.1080/11038128.2021.1950207>

Zubair, S. S., Khan, M. A., & Saeed, A. (2021). Ethical Risks in Public-Private Partnerships: The Case of Lahore Waste Management Company. *Public Administration Issues*, 1, 56–72. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2021-0-5-56-72>

Copyrights

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

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

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/>)