

Peran Teopreneurship dalam Membangun Bisnis yang Sustainable Sesuai dengan Nilai Kekristenan

Eddy Danukusumah
STT Harapan Baru Medan

Yemima Claudia Tannos
STT Harapan Baru Medan

eddydanukusumah@stthbi.ac.id
yemimaclaudia22@gmail.com

Abstrak

Perkembangan dunia semakin cepat, begitu juga dengan dunia usaha pada masa kini. Dengan kemajuan pesat, tentu semakin banyak tantangan yang ada, khususnya bagi pelaku usaha Kristen. Seringkali ditemukan pengusaha yang mengabaikan nilai moral, tanggung jawab sosial, dan lingkungan alam sekitar demi meraup keuntungan yang lebih besar. Jurnal ini bertujuan untuk mendalami bagaimana Peran Teopreneurship dalam Membangun Bisnis yang Sustainable Sesuai dengan Nilai Kekristenan. Jurnal ini dikaji dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur melalui sumber artikel dan jurnal yang membahas tentang Teopreneurship, Biblical Entrepreneurship, dan Etika Kristen. Dalam mengelola usaha, harus berlandaskan integritas, kasih, keadilan, dan panggilan iman. Melalui penelitian jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa Teopreneurship dapat membantu membentuk bisnis yang sustainable, beretika, dan relevan, sekaligus menjadi sarana kesaksian iman Kristen di tengah masyarakat.

Kata kunci: Biblical Entrepreneurship, Etika Kristen, Sustainable, Teopreneurship

Abstract

The world is developing rapidly, and the business sector is evolving at an equally fast pace. Along with this rapid progress, increasing challenges arise, particularly for Christian entrepreneurs. It is often found that business actors neglect moral values, social responsibility, and the surrounding natural environment in pursuit of greater profit. This journal aims to examine the role of theopreneurship in building sustainable businesses in accordance with Christian values. This study employs a qualitative method using a literature review approach based on scholarly articles and journals discussing theopreneurship, biblical entrepreneurship, and Christian ethics. In managing a business, integrity, love, justice, and a sense of faith-based calling must serve as foundational principles. The findings of this study conclude that theopreneurship contributes to the formation of sustainable, ethical, and relevant business practices, while also serving as a means of Christian witness in society.

Keywords: Biblical Entrepreneurship, Christian Ethics, Sustainability, Theopreneurship

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era modern berlangsung dengan sangat cepat, seiring dengan kemajuan teknologi, globalisasi, dan dinamika pasar yang semakin kompetitif. Di tengah perkembangan tersebut, dunia bisnis tidak hanya dihadapkan pada tantangan ekonomi, tetapi juga pada persoalan etis, sosial, dan lingkungan. Praktik bisnis yang berorientasi pada keuntungan semata sering kali mengabaikan nilai moral, keadilan sosial, serta kelestarian ciptaan. Kondisi ini menimbulkan keprihatinan khususnya dalam konteks Kekristenan, karena bisnis seharusnya tidak dipisahkan dari iman dan tanggung jawab spiritual manusia di hadapan Allah (Tomatala, 2022).

Dalam perspektif teologi Kristen, kerja dan usaha merupakan bagian dari panggilan ilahi. Alkitab menggambarkan manusia sebagai penatalayan yang dipercayakan Allah untuk mengelola bumi dan segala isinya secara bertanggung jawab seperti tertulis dalam Kejadian 2:15: “TUHAN Allah mengambil manusia itu dan menempatkannya dalam taman Eden untuk mengusahakan dan memelihara taman itu”. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai iman, integritas, dan kasih. Namun, realitas menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha Kristen masih mengalami ketegangan antara tuntutan iman dan tekanan dunia bisnis yang pragmatis. Hal ini menimbulkan pertanyaan teologis dan moral mengenai bagaimana seorang Kristen dapat menjalankan usaha secara profesional tanpa mengorbankan nilai-nilai Injil. Kajian mengenai teopreneurship hadir sebagai upaya menjawab persoalan tersebut. Tomatala mendefinisikan teopreneurship sebagai pendekatan kewirausahaan yang berlandaskan prinsip-prinsip Alkitab dan ketaatan kepada Allah (Tomatala, 2022). Pendekatan ini menempatkan bisnis sebagai sarana pelayanan dan kesaksian iman, bukan sekadar alat akumulasi kekayaan. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teopreneurship berperan dalam membentuk karakter wirausaha Kristen yang berintegritas, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kesejahteraan Bersama (Silvita, 2021). Namun demikian, kajian yang secara khusus mengaitkan teopreneurship dengan konsep bisnis berkelanjutan (sustainable business) masih relatif terbatas.

Di sisi lain, isu keberlanjutan menjadi perhatian penting dalam diskursus teologi moral dan pastoral masa kini. Bisnis berkelanjutan menuntut keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan. Penelitian Saleleubaja dan rekan-rekan menegaskan bahwa etika Kristen memiliki kontribusi signifikan dalam pengembangan bisnis berkelanjutan berbasis nilai iman (Saleleubaja, 2025). Namun, integrasi antara teopreneurship dan konsep sustainability masih memerlukan kajian teologis yang lebih mendalam dan sistematis. Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran teopreneurship dalam membangun bisnis yang sustainable sesuai dengan nilai-nilai Kekristenan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teologis dan praktis bagi pengembangan kewirausahaan Kristen yang beretika, bertanggung jawab, dan relevan dengan tantangan dunia usaha kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*). Metode ini dipilih karena tujuan penelitian bukan untuk mengukur fenomena secara statistik, melainkan untuk memahami dan menganalisis konsep *teopreneurship* serta relevansinya dalam membangun bisnis berkelanjutan berdasarkan perspektif teologi Kristen. Pendekatan kualitatif memungkinkan penulis untuk mengkaji makna, nilai, dan prinsip teologis yang mendasari praktik kewirausahaan Kristen secara mendalam dan sistematis (Suprayitno, 2024). Sumber data penelitian terdiri atas literatur primer dan sekunder yang relevan dengan topik kajian. Literatur primer meliputi karya-karya teologis dan tulisan akademik yang secara langsung membahas konsep *teopreneurship*, *biblical entrepreneurship*, dan mandat ekonomi dalam Alkitab, termasuk buku, artikel jurnal ilmiah, serta tesis yang mengkaji hubungan antara iman Kristen dan dunia usaha. Literatur sekunder mencakup jurnal teologi, skripsi, serta publikasi daring yang membahas etika bisnis Kristen, penatalayanan (*stewardship*), dan konsep bisnis berkelanjutan dalam konteks sosial dan ekonomi kontemporer.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan seleksi sumber-sumber pustaka yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Literatur yang dipilih dianalisis berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu integrasi nilai-nilai Kekristenan dalam praktik kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan. Penulis kemudian mengelompokkan data berdasarkan tema-tema utama, seperti dasar teologis *teopreneurship*, prinsip etika Kristen dalam bisnis, konsep penatalayanan, serta dimensi keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif-analitis, yaitu dengan mendeskripsikan konsep-konsep utama yang ditemukan dalam literatur, kemudian menganalisisnya dalam kerangka teologi Kristen. Pendekatan ini digunakan untuk menafsirkan teks-teks teologis dan akademik secara kritis serta menghubungkannya dengan konteks bisnis berkelanjutan masa kini. Dalam proses analisis, penulis juga melakukan sintesis konsep untuk menunjukkan keterkaitan antara *teopreneurship* dan praktik bisnis yang sustainable.

Untuk menjaga validitas dan keakuratan kajian, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai pandangan dari literatur teologis dan akademik yang berbeda. Dengan demikian, hasil analisis tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga reflektif dan kontekstual. Metode penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai peran *teopreneurship* dalam membangun bisnis berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai Kekristenan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Theopreneurship dalam Bisnis Kekristenan

Theopreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang berpijak pada prinsip-prinsip Kekristenan, di mana pengusaha tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai iman dalam setiap aspek bisnis (STEP Sola Gratia Ministry, 2022). Hasil penelitian literatur menunjukkan bahwa penerapan *teopreneurship* menekankan keberlanjutan (*sustainability*) usaha melalui pengelolaan yang etis, adil, dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan. Hal ini sejalan dengan ajaran Alkitab yang mendorong kejujuran, integritas, dan pelayanan

sebagai dasar membangun usaha yang tidak sekadar mengejar laba jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan (Latupeirissa et al., 2019).

Analisis terhadap berbagai studi terdahulu menemukan bahwa prinsip theopreneurship dapat diterapkan melalui beberapa strategi konkret. Pertama, pengusaha Kristen memprioritaskan nilai-nilai moral dalam pengambilan keputusan bisnis, misalnya menghindari praktik monopoli atau penipuan. Kedua, integrasi iman dalam budaya organisasi menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan loyalitas karyawan, dan mendorong inovasi yang bertanggung jawab. Ketiga, keberlanjutan bisnis tidak hanya dilihat dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusi terhadap komunitas, seperti pemberdayaan ekonomi lokal dan kepedulian terhadap lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa bisnis yang dibangun di atas fondasi theopreneurship cenderung lebih stabil dan tahan terhadap krisis, karena memiliki visi jangka panjang yang menyeluruh dan berorientasi pada nilai-nilai kekristenan.

Lebih jauh, pengkajian literatur menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara praktik theopreneurship dengan kesejahteraan spiritual dan sosial pengusaha. Individu yang menjalankan bisnis sesuai prinsip theopreneurship melaporkan rasa kepuasan dan makna yang lebih tinggi dalam pekerjaan mereka, karena usaha yang dijalankan bukan semata-mata untuk kepentingan pribadi, tetapi sebagai sarana pelayanan dan berkat bagi orang lain. Selain itu, penerapan prinsip ini juga meminimalkan konflik etika yang kerap muncul dalam praktik bisnis konvensional (Saleleubaja, 2025). Dengan demikian, theopreneurship tidak hanya menawarkan model bisnis yang berkelanjutan, tetapi juga membentuk karakter pengusaha yang selaras dengan ajaran Kristen (Mundo et al., 2021). Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa bisnis yang mengintegrasikan nilai kekristenan dapat menjadi contoh praktis bagi generasi muda yang ingin memulai usaha dengan landasan moral yang kuat. Selain itu, pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara tujuan ekonomi dan tanggung jawab sosial, sehingga membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat luas.

2. Dampak Spiritualitas terhadap Kesejahteraan Pengusaha.

Penerapan theopreneurship juga menekankan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Hasil penelitian literatur menunjukkan bahwa pengusaha Kristen yang menerapkan prinsip theopreneurship tidak hanya berfokus pada produk atau jasa, tetapi juga pada proses bisnis yang etis dan ramah lingkungan. Misalnya, dalam memilih bahan baku, pengusaha dianjurkan mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis, sehingga bisnis tidak merugikan masyarakat atau alam. Strategi ini sejalan dengan ajaran Alkitab yang menekankan tanggung jawab manusia sebagai pengelola ciptaan Tuhan (Kej.2:15), yang menuntut setiap aktivitas ekonomi untuk membawa berkat, bukan kerusakan.

Selain itu, studi menunjukkan bahwa theopreneurship mendorong pengembangan kepemimpinan yang berbasis pelayanan (*servant leadership*). Pemimpin bisnis yang menerapkan prinsip ini menempatkan kepentingan karyawan, konsumen, dan komunitas sebagai bagian dari visi usaha (Eva et al., 2019). Hal ini berbeda dengan model

kepemimpinan tradisional yang sering menekankan dominasi atau keuntungan pribadi semata. Dengan pendekatan servant leadership, pengusaha dapat menciptakan budaya organisasi yang inklusif, saling menghargai, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang, sehingga meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan bisnis.

Temuan lain dari kajian literatur adalah bahwa pengusaha yang mengintegrasikan nilai Kekristenan dalam bisnis cenderung memiliki kemampuan manajemen risiko yang lebih baik. Hal ini disebabkan karena prinsip theopreneurship menekankan perencanaan yang bijaksana, transparansi, dan akuntabilitas. Dengan demikian, pengusaha mampu mengantisipasi potensi konflik, menjaga kepercayaan konsumen, dan meminimalkan praktik bisnis yang merugikan pihak lain (Setiawan et al., 2025). Praktik ini tidak hanya memperkuat keberlanjutan finansial usaha, tetapi juga membangun reputasi bisnis yang baik, yang merupakan aset penting dalam jangka panjang. Lebih lanjut, integrasi spiritualitas dalam bisnis juga berdampak pada motivasi dan etos kerja pengusaha (Tomatala, 2022). Mereka yang menjadikan iman sebagai landasan bisnis cenderung bekerja dengan disiplin, ketekunan, dan komitmen untuk memberikan kualitas terbaik. Pendekatan ini berbeda dengan bisnis yang hanya berorientasi pada keuntungan materi, karena keberhasilan diukur tidak hanya dari profit semata, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut mencerminkan nilai-nilai Kekristenan, seperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama.

Berdasarkan temuan-temuan ini, dapat disimpulkan bahwa theopreneurship memberikan kerangka kerja yang komprehensif bagi pengusaha Kristen untuk membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi sosial dan spiritual. Model ini menjadi bukti nyata bahwa prinsip iman dan praktik kewirausahaan dapat berjalan seiring, menciptakan usaha yang berkelanjutan dan bermakna.

3. Theopreneurship dan Kepemimpinan Pelayanan

Salah satu aspek penting dari theopreneurship adalah penerapan kepemimpinan berbasis pelayanan (*servant leadership*) dalam manajemen bisnis. Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa pemimpin bisnis Kristen yang menerapkan prinsip ini menempatkan kesejahteraan karyawan, konsumen, dan masyarakat sebagai bagian integral dari visi usaha. Kepemimpinan semacam ini berbeda dengan model konvensional yang lebih menekankan dominasi atau pencapaian target finansial semata (Barnett, 2013). Dengan servant leadership, pengusaha dapat menciptakan budaya organisasi yang inklusif, saling menghargai, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang.

Budaya organisasi yang berbasis pelayanan ini terbukti meningkatkan loyalitas karyawan, memotivasi tim untuk bekerja lebih efektif, serta mendorong inovasi yang etis dan bertanggung jawab. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kepemimpinan pelayanan membantu membangun kepercayaan dan reputasi bisnis, yang merupakan aset penting dalam jangka panjang. Karyawan yang merasa diperhatikan dan dihargai cenderung lebih produktif dan kreatif, sehingga bisnis dapat berjalan lebih berkelanjutan. Selain itu, servant leadership yang dikombinasikan dengan prinsip iman mengajarkan pengusaha untuk tetap rendah hati, sabar, dan bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil. Hal ini sejalan dengan ajaran Yesus dalam Markus 10:45, bahwa seorang

pemimpin sejati adalah mereka yang melayani, bukan dilayani. Dalam konteks bisnis, pendekatan ini menumbuhkan lingkungan kerja yang harmonis dan mendukung tujuan bersama, bukan sekadar kepentingan pribadi atau laba semata.

4. Manajemen Risiko Berbasis Nilai Kekristenan

Theopreneurship juga memengaruhi cara pengusaha mengelola risiko. Berdasarkan literatur yang dianalisis, pengusaha Kristen cenderung menekankan perencanaan yang bijaksana, transparansi, dan akuntabilitas sebagai bagian dari strategi bisnis. Dengan prinsip ini, potensi konflik, kesalahan etika, atau praktik merugikan pihak lain dapat diminimalkan. Bisnis yang dijalankan dengan nilai-nilai Kekristenan tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga menjaga reputasi dan kepercayaan masyarakat (Tamera et al., 2024).

Selain itu, manajemen risiko yang berlandaskan nilai kekristenan mendorong pengusaha untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan kesejahteraan semua pemangku kepentingan. Contohnya, pengusaha akan menilai dampak sosial, ekologis, dan etis dari setiap langkah bisnis yang diambil. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat keberlanjutan usaha, tetapi juga memastikan bisnis menjadi berkat bagi orang lain dan lingkungan sekitar. Temuan pada subtema ini menunjukkan bahwa integrasi spiritualitas dalam strategi manajemen risiko menciptakan bisnis yang lebih resilien terhadap perubahan dan tantangan pasar, sekaligus membangun karakter pengusaha yang bijaksana, etis, dan berorientasi pada pelayanan.

5. Integrasi Nilai Kekristenan dalam Operasional Bisnis

Salah satu ciri utama theopreneurship adalah pengintegrasian nilai-nilai Kekristenan dalam operasional bisnis sehari-hari. Berdasarkan kajian literatur, praktik ini mencakup pengambilan keputusan yang berlandaskan prinsip etika, transparansi, dan keadilan, serta penetapan kebijakan internal yang memprioritaskan kesejahteraan karyawan dan konsumen. Misalnya, pengusaha yang menerapkan theopreneurship cenderung memastikan semua transaksi bisnis dilakukan secara jujur, adil, dan saling menguntungkan, sesuai dengan ajaran Alkitab yang menekankan kejujuran dan integritas (Ams.11:1).

Selain itu, pengusaha Kristen sering menggunakan kebijakan yang mendukung pengembangan karyawan secara profesional dan spiritual, seperti memberikan pelatihan, mentoring, dan kesempatan untuk mengembangkan potensi diri. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menumbuhkan budaya kerja yang sehat dan harmonis. Lingkungan kerja yang berbasis nilai Kekristenan membantu mendorong loyalitas karyawan dan mengurangi turnover, sehingga bisnis lebih stabil dalam jangka panjang. Praktik lain yang muncul adalah pengintegrasian nilai Kekristenan dalam layanan kepada pelanggan. Pengusaha menekankan pelayanan yang ramah, bertanggung jawab, dan penuh empati, sehingga membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan dan kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa operasional bisnis yang berlandaskan iman tidak hanya meningkatkan kualitas internal organisasi, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pihak eksternal.

6. Keberlanjutan Bisnis dan Dampak Sosial

Theopreneurship menekankan sustainability atau keberlanjutan bisnis yang melampaui sekadar keuntungan finansial. Kajian literatur menunjukkan bahwa pengusaha Kristen mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis dari setiap kegiatan bisnis yang dilakukan. Misalnya, dalam memilih bahan baku atau metode produksi, mereka mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pendekatan ini sejalan dengan konsep stewardship dalam Alkitab, yaitu tanggung jawab manusia sebagai pengelola ciptaan Tuhan (Kejadian 2:15). Selain itu, pengusaha yang menerapkan prinsip theopreneurship cenderung melakukan program-program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang menyentuh kebutuhan masyarakat sekitar, seperti pemberdayaan ekonomi lokal, pendidikan, atau bantuan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa bisnis berbasis nilai Kekristenan mampu menghasilkan nilai ganda, yaitu keuntungan ekonomi sekaligus manfaat sosial yang nyata.

Dengan mengintegrasikan nilai Kekristenan dalam operasional dan dampak sosial, bisnis menjadi lebih resilien, adaptif, dan relevan dalam jangka panjang. Model ini memberikan bukti bahwa prinsip iman dapat diterapkan secara praktis untuk membangun usaha yang berkelanjutan, beretika, dan berdampak positif bagi masyarakat luas.

7. Motivasi dan Etos Kerja dalam Theopreneurship

Salah satu temuan penting dari literatur adalah bahwa motivasi pengusaha Kristen sangat dipengaruhi oleh iman. Mereka memandang usaha yang dijalankan bukan semata-mata untuk keuntungan materi, tetapi juga sebagai sarana pelayanan dan berkat bagi orang lain. Motivasi ini mendorong pengusaha untuk bekerja dengan disiplin, ketekunan, dan tanggung jawab tinggi, sehingga membentuk etos kerja yang konsisten dan berorientasi pada kualitas.

Etos kerja yang berlandaskan nilai Kekristenan tercermin dalam komitmen terhadap integritas, kejujuran, dan keadilan dalam setiap aspek bisnis. Pengusaha yang berpegang pada prinsip ini cenderung menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain, termasuk penipuan, pemalsuan, atau eksploitasi karyawan. Dengan demikian, motivasi yang dipandu oleh iman tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan dipercaya oleh pelanggan serta mitra bisnis. Selain itu, pengusaha yang menerapkan theopreneurship sering menjadikan tantangan dan risiko sebagai sarana pembelajaran spiritual dan profesional. Pendekatan ini menumbuhkan ketahanan mental dan emosional, karena setiap keputusan bisnis dianggap sebagai bagian dari panggilan untuk mengelola sumber daya Tuhan dengan bijaksana. Dengan demikian, motivasi dan etos kerja dalam theopreneurship berperan penting dalam membentuk karakter pengusaha yang tangguh, bertanggung jawab, dan berorientasi pada pelayanan.

8. Strategi Pemasaran dan Nilai Kekristenan

Temuan literatur menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam theopreneurship juga berakar pada nilai-nilai Kekristenan. Pendekatan pemasaran tidak

hanya menekankan promosi produk atau jasa, tetapi juga membangun hubungan yang tulus, jujur, dan saling menguntungkan dengan konsumen. Misalnya, pengusaha Kristen cenderung menggunakan komunikasi yang transparan, menampilkan informasi produk secara akurat, dan menghormati hak konsumen dalam setiap transaksi. Selain itu, strategi pemasaran berbasis iman mendorong tanggung jawab sosial sebagai bagian dari citra bisnis. Pengusaha sering melibatkan konsumen dalam kegiatan sosial, pendidikan, atau pelestarian lingkungan, sehingga hubungan bisnis menjadi lebih dari sekadar transaksi ekonomi, tetapi juga kontribusi terhadap kesejahteraan bersama. Strategi ini membedakan bisnis berbasis theopreneurship dari model bisnis konvensional, karena nilai Kekristenan menjadi panduan utama dalam pengembangan pasar dan hubungan dengan pelanggan.

Temuan ini menegaskan bahwa integrasi nilai Kekristenan dalam motivasi, etos kerja, dan strategi pemasaran tidak hanya meningkatkan performa bisnis, tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha secara ekonomi, sosial, dan spiritual. Bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip theopreneurship menjadi contoh konkret bahwa iman dan praktik kewirausahaan dapat berjalan seiring, memberikan manfaat bagi pengusaha, karyawan, konsumen, dan masyarakat luas.

9. Dampak Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan dari Theopreneurship

Theopreneurship tidak hanya menekankan aspek spiritual dan etika, tetapi juga memiliki dampak nyata terhadap masyarakat dan lingkungan. Berdasarkan literatur, pengusaha Kristen yang menjalankan bisnis dengan prinsip theopreneurship cenderung melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan, pembukaan lapangan kerja, dan pengembangan usaha mikro lokal. Dengan demikian, bisnis menjadi sarana peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi bagi komunitas sekitar.

Dampak ekonomi yang dihasilkan tidak terbatas pada profit bisnis semata, tetapi juga mengalir ke masyarakat melalui praktik perdagangan yang adil dan kesempatan kerja yang merata. Hal ini menegaskan bahwa prinsip Kekristenan yang mengedepankan keadilan, kasih, dan kepedulian terhadap sesama dapat diterjemahkan secara praktis ke dalam kegiatan ekonomi. Selain dampak sosial dan ekonomi, theopreneurship juga mempromosikan tanggung jawab lingkungan. Pengusaha yang berlandaskan iman mempertimbangkan aspek keberlanjutan ekologis dalam setiap keputusan bisnis, termasuk pemilihan bahan baku, proses produksi, dan pengelolaan limbah. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga menjaga keberlangsungan alam dan kualitas hidup masyarakat.

10. Inovasi dan Keberlanjutan Jangka Panjang

Inovasi menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis dalam kerangka theopreneurship. Temuan literatur menunjukkan bahwa pengusaha Kristen mendorong inovasi yang etis, kreatif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Setiap inovasi tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan profit, tetapi juga untuk memberikan manfaat sosial dan spiritual. Misalnya, pengembangan produk ramah lingkungan atau layanan yang mendukung kesejahteraan masyarakat menjadi strategi bisnis yang konsisten dengan prinsip iman. Keberlanjutan jangka panjang dalam theopreneurship dicapai melalui perencanaan strategis yang matang, manajemen risiko berbasis nilai Kekristenan, dan

kepemimpinan yang bertanggung jawab. Kombinasi ini memastikan bisnis dapat bertahan dalam kondisi pasar yang dinamis, sekaligus tetap memegang komitmen etika dan sosial. Dengan demikian, bisnis berbasis theopreneurship tidak hanya menjadi sumber pendapatan, tetapi juga alat untuk membangun komunitas yang lebih adil, berkelanjutan, dan sejahtera. Temuan pada subtema ini menunjukkan bahwa integrasi iman, etika, inovasi, dan keberlanjutan dalam bisnis dapat menghasilkan model usaha yang holistik, yang selaras dengan nilai-nilai Kekristenan dan mampu memberikan manfaat luas bagi masyarakat dan lingkungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa theopreneurship memiliki peran strategis dalam membangun bisnis yang sustainable sesuai dengan nilai Kekristenan. Konsep ini menekankan integrasi prinsip iman, etika, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aspek operasional bisnis, mulai dari pengambilan keputusan, kepemimpinan, hingga strategi pemasaran. Bisnis yang dijalankan dengan prinsip theopreneurship tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memberikan manfaat sosial, spiritual, dan lingkungan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha Kristen yang menerapkan theopreneurship cenderung memiliki motivasi yang berlandaskan iman, etos kerja yang tinggi, serta kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar. Kepemimpinan berbasis pelayanan (*servant leadership*) menjadi fondasi penting dalam menciptakan budaya organisasi yang inklusif, harmonis, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Selain itu, integrasi nilai Kekristenan dalam manajemen risiko, inovasi, dan strategi pemasaran meningkatkan reputasi bisnis, loyalitas konsumen, dan daya tahan usaha terhadap tantangan pasar.

Dalam konteks sosial-ekonomi, theopreneurship memberikan kontribusi nyata melalui pemberdayaan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan. Dampak ini menunjukkan bahwa bisnis berbasis nilai Kekristenan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga menjadi sarana pelayanan dan berkat bagi orang lain, sesuai dengan prinsip *stewardship* dalam Alkitab. Inovasi yang beretika dan berorientasi pada keberlanjutan juga memastikan bahwa bisnis tetap relevan dan adaptif dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa theopreneurship merupakan model bisnis holistik yang mampu menyatukan aspek ekonomi, sosial, dan spiritual. Integrasi nilai Kekristenan dalam praktik kewirausahaan tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga membentuk karakter pengusaha yang bertanggung jawab, etis, dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan theopreneurship bagi generasi muda Kristen sebagai persiapan memulai usaha yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan berkat bagi orang banyak. Sebagai saran, penelitian selanjutnya dapat mengkaji implementasi praktis theopreneurship dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, serta dampaknya terhadap pembangunan komunitas lokal dan lingkungan. Dengan demikian, kontribusi theopreneurship terhadap ekonomi berkelanjutan dan pelayanan sosial dapat dianalisis lebih mendalam dan menjadi acuan bagi pengembangan model bisnis berbasis nilai Kekristenan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnett, B. (2013). *Teacherpreneurs, Innovative Teachers Who Lead But Don't Leave*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., van Dierendonck, D., & Liden, R. C. (2019). Servant Leadership: A systematic review and call for future research. *Leadership Quarterly*, 30(1), 111–132. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.07.004>
- Latupeirissa, J., Tinggi, S., Baptis, T., & Semarang, I. (2019). *PASCA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen Etika Bisnis Ditinjau Dari Perspektif Alkitab*. 15(1). <http://danielronda.blogspot.com/2008/04/bisnis-dalam->
- Mundo, C., Teologi, J., Pendidikan, D., & Kristen, A. (2021). *SA license* (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>). 4, 2022. <https://jurnal.sttarastamar-ngabang.ac.id/index.php/ngabang>
- Saleleubaja. (2025). *Etika Kristen dalam Pengembangan Bisnis Berkelanjutan Berbasis Eco-Friendly, "Teologis, Relevan, Aplikatif, Cendikia, Kontekstual* (Vol. 4).
- Setiawan, I., Parade Tua Panjaitan, T., Rahmat Emmanuel Jakarta, S., & Misi William Carey Medan, S. (2025). *Mengintegrasikan Iman dan Bisnis: Praktik Theopreneurship dari Kisah Ishak di Kejadian 26:1-33*.
- Silvita. (2021). *Peran Teopreneurship dalam Pengembangan Kewirausahaan Kristen*.
- STEP Sola Gratia Ministry. (2022). Teopreneurship dan Etika Bisnis Kristen. *E-Jurnal STEP*, 2.
- Suprayitno, D. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Komprehensif*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tamera, D. M., Rivela, A. L., Santoso, S., Sabdono, E., & Waruwu, A. T. M. (2024). Biblical Entrepreneurship: Dasar dalam Memulai Bisnis bagi Anak Muda Kristen Usia 18-25 Tahun. *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta*, 6(2), 297–317. <https://doi.org/10.47167/kharis.v6i2.241>
- Tomatala, Y. (2022). *Teopreneurship: Membangun Usaha dan Perekonomian dengan Pendekatan Alkitab*. Leadership Foundation.