

# ENTREPRENEURSHIP DALAM PELAYANAN GEREJAWI: ANALISA PERAN ENTREPRENEURSHIP BAGI PELAYANAN GEREJAWI BERDASARKAN KISAH PARA RASUL

Josse Kustiadi, Reza Sandiki Natalino

## **Abstract**

*Entrepreneurship is considered a key component in global economic development, playing a central role in shaping and driving economic dynamics. Entrepreneurs strengthen global economic growth by creating business opportunities, developing innovations, and generating employment, both in formal and informal business sectors. The engagement of entrepreneurs in facing global challenges demonstrates their adaptability and ability to explore and capitalize on new opportunities. Entrepreneurship development not only affects economic aspects but also significantly impacts the church and the Christian world. The concept of Christian Entrepreneurship, associated with the teachings of Apostle Paul, presents new opportunities and challenges for the church. Paul is regarded as a pioneer who introduced the concept of Pastorprenur, integrating spiritual activities with an entrepreneurial attitude in spreading the Gospel and building Christian communities. This research utilizes a qualitative descriptive method through literature review to explore the entrepreneurship concept in the Acts of the Apostles. The findings show that entrepreneurship principles have a significant impact on shaping the character and approach of missionaries and Christian ministers. They are inspired by the entrepreneurial spirit to be adaptive and responsive to changes, creating a foundation for relevant and effective ministry.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Church Ministry, Paul, Acts of the Apostles*

## **Abstrak**

Entrepreneurship dianggap sebagai komponen kunci dalam pembangunan ekonomi global, memainkan peran sentral dalam membentuk dan menggerakkan dinamika ekonomi. Wirausaha memperkuat pertumbuhan ekonomi secara global dengan menciptakan peluang bisnis, mengembangkan inovasi, dan menciptakan lapangan kerja, baik dalam sektor bisnis formal maupun informal. Keterlibatan entrepreneur dalam menghadapi tantangan global menunjukkan adaptabilitas dan kemampuan mereka untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang baru. Pengembangan entrepreneurship tidak hanya memengaruhi aspek ekonomi tetapi juga berdampak signifikan pada gereja dan dunia kekristenan. Konsep Entrepreneurship Kekristenan, terkait dengan ajaran Rasul Paulus, membuka peluang dan tantangan baru bagi gereja. Paulus dianggap sebagai pelopor yang memperkenalkan gagasan Pastorprenur, mengintegrasikan aktivitas rohani dengan sikap kewirausahaan dalam menyebarkan Injil dan membangun komunitas

kekristenan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui studi pustaka untuk menggali konsep entrepreneurship dalam Kisah Para Rasul. Hasilnya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip entrepreneurship memberikan dampak signifikan dalam membentuk karakter dan pendekatan pelayanan para misionaris dan pelayan Kristen. Mereka terinspirasi oleh semangat kewirausahaan untuk menjadi adaptif dan responsif terhadap perubahan, menciptakan landasan bagi pelayanan yang relevan dan efektif.

**Kata Kunci:** Entrepreneurship, Pelayanan Gerejawi, Paulus, Kisah Para Rasul

## PENDAHULUAN

Entrepreneurship dianggap sebagai komponen yang sangat penting dalam konteks pembangunan ekonomi global. Fenomena ini tidak hanya bersifat lokal atau regional, tetapi juga mencakup dampak global yang signifikan. Wirausaha atau entrepreneur memiliki peran sentral dalam membentuk dan menggerakkan dinamika ekonomi dengan cara menciptakan peluang bisnis, mengembangkan inovasi, dan menciptakan lapangan kerja. Seiring dengan globalisasi, peran entrepreneur semakin diperkuat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Keterlibatan entrepreneur tidak hanya terbatas pada sektor bisnis formal, tetapi juga mencakup sektor informal dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang pada gilirannya dapat memperkuat perekonomian komunitas lokal. Keberhasilan entrepreneur dalam menghadapi tantangan global seperti revolusi industri, perubahan teknologi, dan ketidakpastian ekonomi, menunjukkan adaptabilitas serta kemampuan mereka dalam mengeksplorasi dan memanfaatkan peluang baru.<sup>1</sup>

Dalam konteks perekonomian global, entrepreneurship juga dianggap sebagai pendorong utama inovasi. Wirausaha tidak hanya berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan dalam menciptakan solusi baru untuk masalah-masalah kompleks. Penciptaan produk dan layanan baru, proses produksi yang lebih efisien, dan implementasi teknologi yang inovatif adalah contoh dari kontribusi entrepreneurship terhadap inovasi.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy?: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.

<sup>2</sup> Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.

Inovasi ini tidak hanya menciptakan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga dapat mengubah struktur industri secara menyeluruh. Perusahaan-perusahaan yang mampu beradaptasi dan mengadopsi inovasi secara proaktif cenderung lebih berhasil dalam menghadapi persaingan global.<sup>3</sup>

Entrepreneur tidak hanya berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi global, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong inovasi. Penciptaan lapangan kerja menjadi elemen krusial karena tidak hanya memperbaiki tingkat pengangguran tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi berbagai lapisan masyarakat. Seiring dengan ekspansi usaha, entrepreneur membuka peluang bagi individu-individu yang mencari pekerjaan, baik dalam konteks perusahaan besar maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberhasilan perusahaan-perusahaan baru seringkali menciptakan efek domino, menciptakan demand untuk berbagai jenis pekerjaan dan keterampilan.<sup>4</sup>

Namun, penting untuk diingat bahwa penciptaan lapangan kerja bukan hanya sebatas jumlah, tetapi juga kualitas. Entrepreneurship yang inklusif dan berkelanjutan akan memperhatikan kondisi kerja, kesejahteraan karyawan, dan kontribusi positif terhadap komunitas lokal. Dengan memberikan peluang pekerjaan yang layak, entrepreneur dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, menciptakan lingkungan kerja yang positif, dan memberikan dampak positif pada perkembangan sosial.

Selain penciptaan lapangan kerja, peran entrepreneur dalam mendorong inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan kesehatan ekonomi. Inovasi bukan hanya mengenai menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup pengembangan proses produksi yang lebih efisien, strategi pemasaran yang kreatif, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Entrepreneur

---

<sup>3</sup> Namun, perlu dicatat bahwa dalam mengejar pertumbuhan ekonomi, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas entrepreneurship. Terkadang, dorongan untuk mencapai keuntungan finansial dapat menyebabkan praktik-praktik bisnis yang tidak berkelanjutan dan merugikan lingkungan. Oleh karena itu, perlu ada keseimbangan yang baik antara pencapaian tujuan ekonomi dan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, aspek keadilan sosial dan distribusi kekayaan juga perlu diperhatikan agar manfaat dari pertumbuhan ekonomi dapat dirasakan secara adil oleh seluruh lapisan masyarakat.

<sup>4</sup> Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru, tren pasar, dan perubahan kebijakan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.<sup>5</sup> Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan teknologi yang didirikan oleh entrepreneur telah menciptakan revolusi dalam dunia digital. Mereka tidak hanya menciptakan produk-produk inovatif, tetapi juga mengubah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Inovasi seperti ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial kepada perusahaan, tetapi juga memberikan kontribusi besar pada perkembangan masyarakat secara keseluruhan.<sup>6</sup>

Dalam konteks inovasi, entrepreneur juga memiliki peran dalam memecahkan masalah sosial dan lingkungan. Konsep bisnis berkelanjutan semakin banyak diadopsi, dengan entrepreneur menciptakan model bisnis yang mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan-perusahaan yang berfokus pada praktik bisnis yang berkelanjutan dan etis dapat memberikan contoh positif, membentuk tren dalam bisnis, dan merangsang perubahan positif dalam masyarakat.<sup>7</sup> Namun, perlu adanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Entrepreneurship yang bertanggung jawab akan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnis mereka terhadap masyarakat dan lingkungan, bukan hanya keuntungan finansial yang segera.

## ENTREPRENEURSHIP DAN KEKRISTENAN

Pengembangan entrepreneurship tidak hanya mempengaruhi aspek ekonomi, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada gereja atau dunia kekristenan. Gereja, sebagai institusi spiritual dan sosial, secara historis telah memainkan peran penting dalam membentuk nilai-nilai masyarakat dan memandu individu dalam perjalanan rohani mereka. Gereja memegang peran sentral dalam kekristenan, tidak hanya sebagai tempat ibadah tetapi juga sebagai pusat kegiatan rohani, pendidikan, dan pelayanan sosial. Sebagai tempat ibadah,

---

<sup>5</sup> Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

<sup>6</sup> Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. HarperBusiness.

<sup>7</sup> Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

gereja menyediakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan spiritual dan memperkuat komunitas Kristen. Selain itu, gereja berfungsi sebagai lembaga pengajaran, menyediakan pengajaran Kitab Suci dan memberikan bimbingan rohani kepada umatnya. Pelayanan sosial yang dilakukan oleh gereja, seperti memberikan bantuan kepada yang membutuhkan, menunjukkan komitmen mereka untuk melayani dan mencintai sesama manusia, mencerminkan ajaran kasih dan belas kasihan Kristus. Dengan semua perannya ini, gereja bukan hanya tempat untuk memenuhi kebutuhan rohani individu, tetapi juga menjadi wadah bagi umat Kristen untuk menjalankan panggilan mereka dalam mengabarkan Injil dan membawa perubahan positif dalam masyarakat.<sup>8</sup>

Ketika konsep entrepreneurship diintegrasikan ke dalam dunia kekristenan, hal itu membuka peluang baru dan tantangan yang perlu dihadapi oleh gereja dalam memahami dan merespons fenomena ini. *Pertama*, pengembangan entrepreneurship di dalam gereja menciptakan kesempatan untuk menggali potensi kreativitas dan inovasi dalam konteks pelayanan rohani.<sup>9</sup> Konsep *Theological Entrepreneurship*, yang menggabungkan prinsip-prinsip wirausaha dengan nilai-nilai kekristenan, memberikan landasan untuk pelayan Tuhan atau rohaniwan untuk tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga memiliki dampak konkret dalam masyarakat melalui pelayanan gerejawi, misi pekabaran Injil, pengajaran di Sekolah Alkitab/Teologi, dan perintisan penanaman gereja. Dengan demikian, gereja dapat menjadi lebih adaptif terhadap tuntutan zaman, menciptakan program-program inovatif, dan menjawab tantangan sosial dengan cara yang lebih efektif. *Kedua*, perkembangan entrepreneurship di dunia kekristenan membawa implikasi terhadap pemahaman masyarakat terhadap peran rohaniwan. *Theological Entrepreneurship*<sup>10</sup> memperkenalkan pandangan

---

<sup>8</sup> Gonzalez, Justo L. *The Story of Christianity: Volume 1: The Early Church to the Reformation*. (HarperOne, 2010.) 17

<sup>9</sup> Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* (Harvard University Press, 1934), 15.

<sup>10</sup> TEP adalah pelayan Tuhan atau rohaniwan yang berwirausaha. Artinya rohaniwan yang terlibat dalam pelayanan gerejani, misi pekabaran Injil, pengajar di Sekolah Alkitab / Teologi / Sekolah Umum / Pelatihan, dan perintisan penanaman gereja merupakan rohaniwan yang sekaligus bekerja sebagai wirausaha. Tujuan mereka menjadi seorang pengusaha / wirausaha adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup rohaniwan dan keluarga secara mandiri. Tidak tergantung sama sekali dari support gereja. Tidak membebankan keuangan gereja. Eleas, I. (2023). KEYNOTE PAPER - *THEOLOGICAL PRENEURSHIP*. *TEOLOGIS-RELEVAN-APLIKATIF-CENDIKIA-KONTEKSTUAL*, 1(01), 1-9. Diambil dari <https://ejurnal.stepsmg.ac.id/home/article/>

bahwa pelayan Tuhan juga dapat menjadi wirausaha, mengejar kegiatan yang melibatkan strategi bisnis untuk mencapai hasil spiritual dan sosial yang lebih besar. Hal ini memberikan perspektif baru mengenai pemahaman pelayan Tuhan sebagai agen perubahan yang berdaya saing dan mampu beradaptasi dengan dinamika masyarakat modern.<sup>11</sup>

Selain itu, konsep *Theological Entrepreneurship* membawa tantangan dan peluang baru dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan spiritual dan keberlanjutan keuangan gereja. Pada satu sisi, entrepreneur rohaniwan diharapkan dapat menghasilkan sumber daya yang memadai untuk mendukung keberlangsungan pelayanan gereja. Namun, di sisi lain, gereja perlu menjaga agar tujuan spiritual dan misi sosialnya tidak terkompromi oleh dorongan finansial semata. Dengan demikian, pemahaman dan penerapan etika bisnis dan tata kelola yang baik menjadi penting dalam konteks gereja dan dunia kekristenan.

Pengembangan entrepreneurship dalam dunia kekristenan juga membuka jalan untuk diskusi tentang bagaimana nilai-nilai kekristenan dapat diintegrasikan ke dalam dunia bisnis. *Theological Entrepreneurship* menegaskan bahwa kewirausahaan dapat menjadi panggilan rohaniah dan dapat dijalankan dengan memegang teguh nilai-nilai moral dan etika yang sesuai dengan ajaran agama. Pemikiran ini merangsang pertanyaan-pertanyaan filosofis tentang hubungan antara keberhasilan bisnis dan integritas moral, serta bagaimana entrepreneur dapat menggabungkan spiritualitas dengan tanggung jawab bisnis. Dalam konteks ini, gereja juga dapat berperan sebagai agen penyadaran dan pembinaan bagi wirausaha rohaniwan. Memberikan dukungan spiritual, etika, dan bimbingan terhadap entrepreneur yang aktif di gereja dapat membantu mereka memahami perannya secara lebih mendalam dan mengintegrasikan prinsip-prinsip kekristenan ke dalam praktik bisnis mereka.<sup>12</sup>

Dengan menggabungkan entrepreneurship ke dalam dunia kekristenan, gereja dapat menjadi pusat inovasi dan transformasi yang membawa dampak

---

view/16 (Original work published 15 Juni 2022)

<sup>11</sup> Peter F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* (HarperBusiness, 1985), 42.

<sup>12</sup> Johanna Mair and Ignasi Martí, "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight," *Journal of World Business* 41, no. 1 (2006): 38.

positif dalam masyarakat. Pemahaman yang lebih baik tentang konsep *Theological Entrepreneurship* dapat membuka jalan bagi gereja untuk mengembangkan program-program kreatif dan efektif yang menciptakan perubahan positif dan membantu dalam pertumbuhan ekonomi serta pembangunan sosial.

Dari latar belakang permasalahan dan teori di atas penulis melihat bahwa entrepreneurship di dalam konteks kekristenan dianggap sebagai kekuatan yang dapat memajukan peran gereja dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan sumber daya manusia. Penulis berpendapat bahwa pemahaman ini memunculkan peran kunci seorang rasul Kristus yang memilih pemikiran dan kisah yang kuat berkaitan dengan dunia wirausaha yaitu Rasul Paulus. Rasul Paulus sebagai pelopor Entrepreneurship dalam konteks Kristen.<sup>13</sup> Penelitian ini didasarkan pada kisah Rasul Paulus yang tercatat dalam Kisah Para Rasul 18 sebagai sumber utama untuk mengidentifikasi nilai-nilai dan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam konteks spiritual. Kisah ini secara khusus menyoroti perjalanan Paulus ke Korintus dan pengalamannya dalam menghadapi tantangan serta peluang dalam misi pelayanan. Prinsip-prinsip kewirausahaan seperti keberanian, adaptasi, komunikasi efektif, dan ketekunan ditemukan dalam interaksi Paulus dengan masyarakat Korintus, menawarkan pandangan yang berharga bagi hamba-hamba Tuhan dan pemimpin Kristen dalam konteks modern.

Signifikansi pemilihan Kisah Para Rasul 18 sebagai fokus penelitian terletak pada sudut pandang uniknya tentang kewirausahaan spiritual. Paulus, sebagai figur sentral dalam Perjanjian Baru, tidak hanya berperan sebagai rasul dan penginjil, tetapi juga sebagai seorang wirausaha rohani yang memiliki visi yang kuat. Analisis terhadap kisah ini dapat memberikan inspirasi dan pedoman praktis bagi hamba-hamba Tuhan dan pemimpin Kristen dalam menavigasi tantangan dan peluang dalam pelayanan mereka kepada umat.

Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan akan pemahaman yang lebih dalam tentang penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam konteks pelayanan gereja dan misi Kristen. Dalam dunia yang terus berubah, pemimpin Kristen perlu memahami nilai-nilai kewirausahaan untuk memperluas kerajaan Allah dengan cara yang efektif. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang terinspirasi dari Kisah Para Rasul 18, mereka dapat

---

<sup>13</sup> Silalahi, J. N. (2019). Paul The Entrepreneur. *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, 1(1), 1-18. <https://doi.org/10.35909/visiodei.v1i1.9>

menjadi pemimpin yang lebih efektif dan relevan dalam mengabarkan Injil dan memimpin umat Kristen.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif melalui studi pustaka (*library research*) yang terkait dengan “Konsep Entrepreneurship Berdasarkan Kisah Para Rasul” dengan analisa dan tafsir historis. Penelitian ini bertujuan untuk menggali konsep entrepreneurship dalam konteks Kisah Para Rasul melalui analisis kepustakaan, dengan penekanan pada nilai-nilai sosial dan sejarah yang tercermin dalam narasi tersebut.<sup>14</sup> Dengan memusatkan perhatian pada Kisah Para Rasul sebagai sumber primer, tujuan penelitian adalah mendapatkan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai sosial dan konteks sejarah dapat membentuk pemahaman terhadap konsep entrepreneurship dalam ajaran Alkitab.

Analisis dimulai dengan pemilihan Kisah Para Rasul sebagai narasi utama yang mencerminkan perjalanan Rasul Paulus dan rekannya, Silas. Langkah pertama adalah mengidentifikasi nilai-nilai sosial yang tercermin dalam narasi tersebut, seperti keberanian dalam menyebarkan ajaran Injil, kerjasama dengan komunitas lokal, dan keterbukaan terhadap perbedaan budaya.<sup>15</sup> Nilai-nilai ini dianggap sebagai elemen-elemen kunci yang dapat membentuk konsep entrepreneurship dalam konteks kekristenan. Selanjutnya, penelitian menyelidiki konteks sejarah Kisah Para Rasul untuk memahami kondisi politik, sosial, dan budaya pada masa itu. Analisis sejarah ini dianggap penting untuk merangkai konsep entrepreneurship ke dalam kerangka waktu dan keadaan yang mendasarinya.<sup>16</sup>

Analisis kepustakaan juga melibatkan identifikasi konsep entrepreneurship melalui tindakan, sikap, dan keputusan tokoh-tokoh utama, terutama Paulus. Keterlibatan Paulus dalam berbagai upaya pelayanan gerejawi, misi pekabaran Injil, dan pembangunan komunitas di berbagai kota menjadi fokus dalam memahami bagaimana konsep entrepreneurship dapat terwujud dalam praktik

---

<sup>14</sup> Kisah Para Rasul 18:1-3 (Alkitab).

<sup>15</sup> Ben Witherington III, *The Acts of the Apostles: A Socio-Rhetorical Commentary* (Eerdmans, 1997).

<sup>16</sup> Craig S. Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament* (IVP Academic, 1993).

kekristenan. Untuk memberikan interpretasi dan pandangan tambahan, literatur pendukung dari sumber-sumber teologis dan sejarah digunakan. Komentar Alkitab khusus, seperti *"The Acts of the Apostles: A Socio-Rhetorical Commentary"* oleh Ben Witherington III dan *"The IVP Bible Background Commentary: New Testament"* oleh Craig S. Keener, memberikan kerangka pemahaman yang lebih mendalam terkait nilai-nilai dan konsep yang teridentifikasi dalam analisis kepustakaan.<sup>17</sup> Dengan memadukan nilai-nilai sosial, analisis sejarah, dan interpretasi teologis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan holistik tentang konsep entrepreneurship dalam Kisah Para Rasul 18 dan memperkaya pemahaman kita tentang keterkaitan antara kekristenan dan prinsip-prinsip bisnis.

## PEMBAHASAN

### *Sejarah dan Teori "Entrepreneurship"*

Sejarah dan teori kewirausahaan memiliki keterkaitan yang penting dalam analisis kewirausahaan dan pelayanan gereja. Pertama-tama, sejarah kewirausahaan memberikan konteks yang relevan bagi pemahaman tentang bagaimana prinsip-prinsip kewirausahaan telah berkembang dari zaman kuno hingga zaman modern. Misalnya, dapat dilihat bagaimana para tokoh sejarah seperti pedagang, penjelajah, dan pengusaha telah menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam konteks mereka masing-masing.<sup>18</sup> Teori kewirausahaan menyediakan kerangka kerja konseptual yang memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip kewirausahaan dan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk pelayanan gereja. Misalnya, teori kewirausahaan sering menyoroti aspek-aspek seperti inovasi, pengambilan risiko yang terinformasi, adaptasi terhadap perubahan lingkungan, dan kepemimpinan visioner.<sup>19</sup> Ketika diterapkan pada pelayanan gereja, prinsip-prinsip ini dapat

---

<sup>17</sup> Philip F. Esler, *Conflict and Identity in Romans: The Social Setting of Paul's Letter* (Fortress Press, 2003).

<sup>18</sup> Landström, Hans, dan Franke, Nikolaus. *Handbook of Research on Entrepreneurship and History*. (Edward Elgar Publishing, 2010). 102.

<sup>19</sup> Kuratko, Donald F., dan Hodgetts, Richard M. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. (Cengage Learning, 2017). 94.

membantu para pemimpin gereja dalam menghadapi tantangan yang kompleks, merumuskan strategi yang efektif, dan memimpin dengan visi yang jelas.

Dengan mengaitkan sejarah dan teori kewirausahaan dengan analisis kewirausahaan dalam pelayanan gereja, kita dapat melihat bagaimana prinsip-prinsip kewirausahaan telah menjadi relevan dan berdampak dalam membentuk cara gereja-gereja beradaptasi dan berkembang sepanjang sejarah. Sebagai contoh, ketika Paulus menghadapi berbagai tantangan dalam misinya untuk menyebarkan Injil, dia menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan seperti adaptasi terhadap budaya lokal, inovasi dalam metode pelayanan, dan ketekunan dalam menghadapi rintangan. Dengan demikian, hubungan antara sejarah dan teori kewirausahaan dengan analisis kewirausahaan dalam pelayanan gereja memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana gereja-gereja dapat menjadi lebih efektif dalam memenuhi panggilan mereka.

Tentu saja, kemajuan dan pertumbuhan ekonomi yang ditopang oleh konsep Entrepreneurship juga memiliki dampak yang signifikan. Pentingnya kegiatan Entrepreneurship bagi suatu daerah atau kemakmuran ekonomi suatu negara telah didokumentasikan dengan baik dalam literatur (Kreft, 1996)<sup>20</sup> dan gerai bisnis. Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak hanya relevan dalam konteks agama atau pelayanan gereja, tetapi juga dalam aspek ekonomi dan sosial lainnya. Bahkan, prinsip-prinsip kewirausahaan yang digunakan dalam pelayanan gereja seperti adaptasi, inovasi, dan ketekunan dapat secara langsung diterapkan dalam konteks bisnis dan pengembangan ekonomi, menunjukkan keterkaitan yang kuat antara konsep kewirausahaan dalam berbagai bidang kehidupan.

Entrepreneurship adalah fenomena yang berorientasi pada tindakan.<sup>21</sup> Dengan demikian, sentralitas pengusaha baru lahir dalam teori Entrepreneurship. Teori-teori ini fokus pada interaksi pengusaha, peluang, dan sumber daya untuk menjelaskan proses Entrepreneurship. Dengan demikian, teori-teori ini telah menginformasikan pemahaman kita tentang dinamika antara berbagai komponen Entrepreneurship dan peran yang dimainkan masing-masing dalam proses ber-Entrepreneurship.

---

<sup>20</sup> Kolvareid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47-58.

<sup>21</sup> Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47).

Sejarah entrepreneurship membentang jauh ke masa lalu, menciptakan narasi yang kaya akan perubahan ekonomi, inovasi, dan keberanian berbisnis.<sup>22</sup> Jauh sebelum istilah “entrepreneurship” digunakan secara luas, individu-individu visioner telah aktif dalam menciptakan peluang bisnis dan merintis jalan bagi perkembangan ekonomi. Pada Abad Pertengahan, pedagang-pedagang Venesia mempraktikkan prinsip-prinsip yang mendekati konsep entrepreneurship modern, membentuk serikat dagang dan mengembangkan strategi pemasaran untuk memperluas jangkauan perdagangan mereka.<sup>23</sup> Abad ke-18 dan ke-19 melihat lahirnya revolusi industri, di mana pengusaha seperti James Watt dan George Stephenson mengemban peran kunci dalam mengubah dunia melalui inovasi teknologi. Pada abad ke-20, periode pasca-perang menyaksikan lahirnya banyak perusahaan besar dan pengusaha ikonik, seperti Henry Ford dengan konsep produksi massal. Revolusi digital di abad ke-21 membuka babak baru bagi entrepreneurship, dengan tokoh-tokoh seperti Steve Jobs dan Mark Zuckerberg yang memimpin gelombang inovasi teknologi. Melalui tonggak-tonggak sejarah ini, entrepreneurship terus berkembang, mendorong dinamika ekonomi dan menciptakan perubahan yang menentukan dalam masyarakat.<sup>24</sup>

Dibalik landasan teori Sejarah tersebut, sejarah entrepreneurship juga mencakup pemahaman evolusi dan perkembangan peran pengusaha dalam konteks ekonomi dan masyarakat dari waktu ke waktu. Berbagai teori mendukung pemahaman tentang bagaimana dan mengapa entrepreneurship berkembang, membentuk kebijakan ekonomi, dan menciptakan dampak sosial.

## 1. Teori Inovasi dan Kreasi Nilai<sup>25</sup>

Teori Inovasi dan Kreasi Nilai yang dikembangkan oleh Joseph Schumpeter menciptakan pandangan yang revolusioner tentang peran pengusaha dalam

---

<sup>22</sup> Landes, David S. *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich and Some So Poor*. W. W. Norton & Company, 1998. 19

<sup>23</sup> McCraw, Thomas K. *Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Belknap Press, 2007. 22.

<sup>24</sup> Carland, J. W., F. Hoy, W. R. Boulton, dan J. A. C. Carland. “Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization.” *Academy of Management Review* 9, no. 2 (1984): 354-359. doi:10.5465/amr.1984.4277628.

<sup>25</sup> Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, 1934.

ekonomi. Inovasi bukan hanya tentang penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga tentang perubahan struktural yang mampu menciptakan “pembaharuan kreatif” atau “*creative destruction*” dalam lingkup ekonomi (Schumpeter, 1934, hlm. 65). Schumpeter melihat pengusaha sebagai agen perubahan yang tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru tetapi juga mengguncang fondasi ekonomi yang ada.<sup>26</sup>

Dalam teori ini, Schumpeter menggarisbawahi bahwa pengusaha tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial semata, melainkan juga bertanggung jawab atas pengembangan ekonomi melalui dorongan inovatif mereka (Schumpeter, 1934, hlm. 102). Dengan mengenali kreativitas sebagai elemen inti entrepreneurship, teori ini mengajak untuk memahami bahwa perubahan dan inovasi adalah motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang signifikan.

## 2. Teori Kewirausahaan Sosial

Teori Kewirausahaan Sosial menyoroti peran krusial pengusaha dalam membawa perubahan positif di masyarakat. Pengusaha sosial, sebagai agen perubahan, memimpin inisiatif bisnis dengan tujuan yang lebih luas daripada sekadar keuntungan finansial. Mereka menekankan pencapaian dampak sosial positif, mengidentifikasi dan mengatasi masalah-masalah sosial, serta mempromosikan prinsip keberlanjutan.<sup>27</sup>

Dalam kerangka ini, pengusaha sosial tidak hanya melihat bisnis sebagai sarana untuk mendapatkan laba, tetapi juga sebagai alat untuk membawa solusi nyata terhadap tantangan-tantangan sosial yang dihadapi masyarakat. Inisiatif bisnis mereka terfokus pada tujuan-tujuan seperti mengentaskan kemiskinan, meningkatkan pendidikan, memperbaiki kesehatan masyarakat, atau bahkan melibatkan diri dalam isu-isu lingkungan.<sup>28</sup> Pentingnya dampak sosial positif menjadi pusat perhatian, memotivasi pengusaha sosial untuk merancang model bisnis yang berkelanjutan secara finansial, sambil tetap memberikan manfaat

---

<sup>26</sup> Ibid. hlm 65-90

<sup>27</sup> Dees, J. G. “*The Meaning of ‘Social Entrepreneurship’.*” Duke University, The Fuqua School of Business, 1998. 245

<sup>28</sup> Martin, R. L., & Osberg, S. “Social Entrepreneurship: The Case for Definition.” *Stanford Social Innovation Review* 5, no. 2 (2007): 28-39. doi:10.1002/csr.132.

nyata bagi masyarakat. Dalam praktiknya, ini bisa mencakup program-program filantropi, pelibatan dengan komunitas lokal, atau penggunaan keuntungan bisnis untuk mendukung proyek-proyek kemanusiaan.

### 3. Teori Psikologi Kewirausahaan

Teori Psikologi Kewirausahaan mendalami faktor-faktor psikologis yang menjadi dorongan seseorang untuk menjelma menjadi pengusaha. Dalam kerangka ini, teori ini mengidentifikasi beragam aspek psikologis yang membentuk dasar kepribadian kewirausahaan, mulai dari motivasi intrinsik hingga tingkat toleransi terhadap risiko.<sup>29</sup>

Motivasi intrinsik, sebagai salah satu elemen kunci teori ini, menyoroti keinginan batin individu untuk menciptakan dan mengelola bisnis mereka sendiri. Psikologi kewirausahaan memahami bahwa dorongan ini tidak hanya berasal dari keinginan untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga dari kepuasan pribadi, rasa pencapaian, dan dorongan untuk mengejar *passion* atau visi yang mereka anut.<sup>30</sup>

Toleransi terhadap risiko adalah faktor psikologis lain yang mendapat perhatian utama dalam teori ini. Pengusaha cenderung memiliki kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian dan risiko bisnis dengan sikap yang terbuka. Teori Psikologi Kewirausahaan berargumen bahwa tingkat kenyamanan seseorang dalam mengambil risiko memainkan peran kunci dalam menentukan sejauh mana mereka bersedia terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Dengan mengeksplorasi kompleksitas psikologi individu, teori ini memberikan wawasan yang mendalam tentang pemahaman mengapa seseorang memilih jalur kewirausahaan dan bagaimana faktor-faktor psikologis tersebut membentuk karakteristik kewirausahaan yang membedakan.

### 4. Teori Ekonomi Klasik

Teori Ekonomi Klasik, yang terutama diilustrasikan dalam teori ekonomi politik Adam Smith, memfokuskan perhatiannya pada peran yang dimainkan oleh pengusaha sebagai agen ekonomi kunci. Dalam pandangan ini, pengusaha

---

<sup>29</sup> Shane, S. "A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus." Edward Elgar Publishing, 2009. 97.

<sup>30</sup> McClelland, D. C. "The Achieving Society." Princeton University Press, 1961. 124.

dianggap sebagai penggerak utama dalam penciptaan nilai dan dinamika perekonomian. Pemikiran ekonomi klasik ini mencapai puncaknya pada abad ke-18 melalui karya monumental Smith, "*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*."<sup>31</sup> Adam Smith menekankan konsep persaingan pasar sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi (Smith, 1776 (2004),136). Menurut teori ini, pengusaha, melalui interaksi pasar yang kompetitif, menciptakan nilai tambah dengan menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Persaingan pasar dipandang sebagai mekanisme yang mendorong efisiensi dan inovasi, mengarah pada alokasi sumber daya yang lebih efektif.

Sehingga dapat disimpulkan konsep divisi kerja, sebuah pilar dalam pemikiran Smith, juga menyoroti peran penting pengusaha. Divisi kerja memungkinkan pengusaha untuk memfokuskan keahlian mereka pada spesialisasi tertentu, meningkatkan efisiensi produksi secara keseluruhan. Hal ini dianggap sebagai salah satu faktor kunci dalam peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Dalam pandangan ekonomi klasik, pengusaha bukan hanya pelaku bisnis individu; mereka adalah pemain kunci dalam membentuk dan menggerakkan perekonomian secara keseluruhan melalui partisipasi aktif dalam pasar bebas dan penerapan prinsip-prinsip divisi kerja.

## 5. Teori Sosiologis Kewirausahaan

Teori Sosiologis Kewirausahaan merupakan pendekatan yang mendalam dalam memahami peran entrepreneurship dalam membentuk struktur sosial. Melalui lensa sosiologi, teori ini mengeksplorasi bagaimana praktik kewirausahaan dapat mencerminkan, membentuk, dan terkadang meresapi dinamika sosial di berbagai tingkatan, termasuk dalam kelompok etnis atau komunitas tertentu. Konsep kewirausahaan kelompok etnis menyoroti bagaimana kelompok-kelompok dengan latar belakang budaya atau etnis tertentu dapat mengembangkan pola kewirausahaan yang unik. Sosiolog melihat bagaimana identitas kelompok dapat mempengaruhi pilihan ekonomi mereka, menciptakan jaringan bisnis internal, dan membentuk ekosistem kewirausahaan yang khas.<sup>32</sup> Kewirausahaan di dalam

---

<sup>31</sup> Smith, Adam. "*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*". Methuen & Co. Ltd., 1776.

<sup>32</sup> Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. "Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 25, no. 4 (2001): 41-56. doi:10.1177/104225870102500404.

komunitas tertentu juga menjadi fokus teori ini. Bagaimana aktivitas bisnis lokal dapat mengubah dinamika sosial dalam skala yang lebih kecil menjadi pertanyaan sentral. Ini termasuk bagaimana pengusaha lokal memengaruhi lapangan pekerjaan, distribusi kekayaan, serta interaksi sosial di dalam komunitas tersebut. Pendekatan sosiologis ini menawarkan pandangan yang mendalam tentang peran pengusaha sebagai perekat sosial, pendorong perkembangan ekonomi lokal, dan katalisator perubahan dalam struktur komunitas. Analisis sosiologis kewirausahaan membantu kita memahami bahwa praktik kewirausahaan tidak hanya menciptakan perubahan ekonomi tetapi juga berakar dalam konteks sosial yang lebih luas.<sup>33</sup>

### ***Perkembangan Entrepreneurship Kekristenan***

Entrepreneurship, sebagai fenomena yang melibatkan kreativitas, inovasi, dan penciptaan nilai, tidak hanya terbatas pada ranah sekuler, melainkan juga merembes ke dalam dunia kekristenan. Melihat kedalaman dan luasnya fakta dan teori Entrepreneurship, perkembangan ini menjadi sebuah fenomena yang memeluk prinsip-prinsip kewirausahaan dalam konteks kekristenan.

Penting untuk memahami bahwa Entrepreneurship Kekristenan bukan sekadar adaptasi konsep-konsep bisnis ke dalam kerangka keagamaan. Sebaliknya, ini melibatkan integrasi prinsip-prinsip kewirausahaan dengan nilai-nilai kekristenan, membentuk suatu paradigma baru yang berakar dalam panggilan rohani. Prinsip-prinsip seperti kreativitas, tanggung jawab sosial, dan pelayanan terhadap sesama menjadi dasar dari Entrepreneurship Kekristenan.

Kisah-kisah inspiratif dalam Kitab Kisah Para Rasul menjadi sumber inspirasi utama untuk pemahaman tentang bagaimana tokoh-tokoh seperti Paulus menghadirkan konsep *Pastor-Preneur*.<sup>34</sup> Mereka tidak hanya menyebarkan ajaran

---

<sup>33</sup> Reynolds, P. D., & Miller, B. "New firm gestation: Conception, birth, and implications for research." *Journal of Business Venturing* 7, no. 5 (1992): 405-417. doi:10.1016/0883-9026(92)90012-b.

<sup>34</sup> Pastorprenur, yaitu seorang yang menjalankan tugas panggilan sebagai seorang pemimpin rohani namun sekaligus mempunyai kemampuan untuk mendapatkan sumber finansial untuk mencukupi kebutuhan hidupnya melalui kegiatan usaha yang dilakukan. Margianto, Aris. "PASTORPRENEUR: ANALISA LATAR BELAKANG SEJARAH KEHIDUPAN SOSIAL IMAM DI MESIR DAN ISRAEL YANG TERCERMIN DALAM KEJADIAN 47:13-26". *TEOLOGIS-RELEVAN-APLIKATIF-CENDIKIA-KONTEKSTUAL* 2, no. 1 (Juni 13, 2023): 36-62. Diakses Januari 13, 2024. <https://ejurnal.stepsmg.ac.id/home/article/view/64>.

Injil tetapi juga membangun komunitas yang berkelanjutan dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi melalui prinsip-prinsip kewirausahaan. Tak heran banyak sejarawan menyebut Paulus sebagai Pelopor Entrepreneurship pada pertumbuhan gereja mula-mula.

### ***Rasul Paulus sebagai Pelopor Entrepreneurship Kekristenan.***

Jika kita melihat kilas balik siapa Paulus, kita dapat menemukan fakta menarik yaitu Rasul Paulus, sebagai tokoh sentral dalam sejarah Kristen yang dapat kita pahami dari dua sumber utama yaitu Kitab Kisah Para Rasul dan surat-surat yang ia tulis (Silalahi, 2019, p. 40) merupakan seorang Yahudi asli dari suku Benyamin, dilahirkan di Tarsus dan memiliki kewarganegaraan Roma (Kis 22, 23, 26, 28). Pendidikan agamanya yang teliti di bawah bimbingan Gamaliel, seorang rabi terkenal dari aliran Hillel, menciptakan landasan kuat bagi pemahaman agamawi dan intelektualnya (Kis 22:3).

Meskipun Paulus menciptakan identitasnya sebagai Farisi yang giat dan intoleran terhadap perbedaan keyakinan (Kis 26:5), kehidupannya mengalami perubahan drastis ketika, sebagai seorang fanatik Farisi, ia menentang keras jemaat Kristen dan menganiaya mereka (Flp 3:5-6). Keyakinannya bahwa Yesus adalah Mesias dianggap kebodohan dan batu sandungan oleh orang Yahudi. Namun, perjalanan ke Damsyik mengubah segalanya.

Dalam perjalanannya ke Damsyik, Paulus mengalami pertemuan yang luar biasa dengan Yesus yang dianiaya, yang mengubah hidupnya secara radikal (Kis 9:1-9; 22:1-16; 26:12-23). Pengalaman ini diakui sebagai peristiwa rahmat oleh Paulus, yang menyatakan pertobatannya sebagai suatu karunia Tuhan (Rm 1:5; 1Kor 15:9-10; Gal 1:15). Paulus beralih dari seorang penganiaya menjadi seorang pemberita Injil yang luar biasa, menunjukkan perubahan yang mencolok dalam hidupnya.

Akhirnya, melalui perubahan hidup yang dramatis, Paulus tidak hanya berhenti menganiaya jemaat Kristus, tetapi malah "ditangkap oleh Kristus Yesus" (Flp 3:12), mencerminkan transformasi spiritual yang memungkinkannya menjadi seorang pemberita Injil yang gigih (Drane, 2016, p. 132). Pemahaman akan perjalanan hidup Paulus, seperti yang terdokumentasi dalam Kisah Para Rasul dan surat-suratnya, membawa kita pada pemahaman mendalam tentang

konversi, kasih karunia, dan panggilan pelayanan yang membentuk landasan agama Kristen.

Konsep Entrepreneurship Kekristenan seringkali dikaitkan dengan ajaran dan praktik Rasul Paulus, tokoh sentral dalam perkembangan gereja awal. Paulus dianggap sebagai pelopor yang tidak secara langsung memperkenalkan gagasan *Pastorpreneur*, yang mencerminkan bukan hanya aktivitas rohani tetapi juga sikap kewirausahaan dalam menyebarkan Injil, mendirikan gereja, dan membangun komunitas kekristenan di berbagai tempat (Margianto. A, 2022). Pemikiran dan tindakan Paulus menjadi pemandu utama dalam memahami bagaimana Entrepreneurship Kekristenan dapat berkembang. Pada dasarnya, Paulus tidak hanya mengajarkan kebenaran rohani tetapi juga merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Pentingnya Paulus dalam sejarah gereja terlihat dari perjalanan dan surat-suratnya yang mencerminkan semangat kewirausahaan rohani. Dalam perjalanan misinya, Paulus membangun hubungan, menciptakan jaringan, dan menggunakan kreativitas untuk menyebarkan ajaran Injil kepada berbagai etnis dan budaya. Pada tingkat lokal, pendirian gereja-gereja oleh Paulus menunjukkan karakter Entrepreneurship Kekristenan. Ia tidak hanya membawa ajaran rohani tetapi juga merancang struktur organisasi yang kuat, membentuk pemimpin-pemimpin lokal, dan mengelola sumber daya dengan bijak untuk mendukung pertumbuhan gereja.

Penting untuk menekankan bahwa dalam mengeksplorasi konsep Entrepreneurship Kekristenan, landasan teori utama ditemukan dalam fokus analisis terhadap Kisah Para Rasul 13-28. Kisah ini membentuk kunci yang menggambarkan perjalanan dan pengalaman tokoh-tokoh sentral, terutama Paulus, yang memainkan peran utama dalam pengembangan kekristenan awal.<sup>35</sup>

Analisis mendalam terhadap perjalanannya, mulai dari misi penginjilan hingga pendirian gereja, memberikan wawasan yang berharga terkait dengan peran Entrepreneurship dalam konteks kekristenan. Ketika dihadapkan pada pergulatan dan tantangan, baik dari sisi internal maupun eksternal, tokoh ini menunjukkan sifat-sifat kewirausahaan, seperti inovasi, ketekunan, dan adaptabilitas.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Gundry, Robert H. *Matthew: Expositor's Bible Commentary*. Grand Rapids: Zondervan, 2012. 144.

<sup>36</sup> Silalahi, Junior. Paulus Sang Entrepreneur. *VISIO DEI: Jurnal Teologi Kristen*. 2019. 6-8

Gagasan-gagasan Entrepreneurship Kekristenan yang muncul dari analisis Kisah Para Rasul menjadi landasan bagi pemahaman bagaimana prinsip-prinsip kewirausahaan dapat diaplikasikan dalam konteks pelayanan gerejawi, misi, dan pembangunan komunitas Kristen. Dengan merinci peristiwa-peristiwa yang mencerminkan semangat wirausaha, dapat ditarik hubungan antara konsep Entrepreneurship Kekristenan dan kontribusi tokoh-tokoh dalam memajukan ajaran Kristus.<sup>37</sup>

Menurut penulis, Paulus menggunakan prinsip atau konsep Entrepreneurship berpaku terhadap beberapa kepentingan yang tidak menguntungkan diri sendiri. **Pertama, jaringan dan kemitraan dalam Konteks Entrepreneurship Kekristenan.** Gagasan Entrepreneurship tidak hanya mencakup aspek individual, tetapi juga erat terkait dengan kemampuan membentuk jaringan dan kemitraan yang kuat. Kisah Para Rasul 13 memberikan gambaran konkret tentang bagaimana Rasul Paulus merangkul prinsip ini dalam misi kekristenan. Pembentukan tim ini tidak hanya bermotivasi oleh kebutuhan akan kerjasama, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip kewirausahaan. Paulus, sebagai seorang pemimpin rohani, menyadari bahwa keberhasilan misi membutuhkan keahlian yang beragam, dan inilah pentingnya membangun kemitraan yang kuat. Pentingnya jaringan dan kemitraan dalam konteks ini dapat dilihat dari cara tim ini berhasil mengatasi berbagai tantangan dan hambatan selama perjalanan misinya. Keahlian dan keterampilan Paulus dan juga kemampuannya dalam memberitakan Injil sangat berkontribusi bagi perkembangan pelayanannya.<sup>38</sup> **Kedua, Pendekatan Kontekstual.** Kisah Para Rasul 18:1 mencatat bahwa Paulus meninggalkan Atena untuk pergi ke Korintus, di mana dia menantikan kedatangan Silas dan Timotius dari Makedonia. Korintus adalah ibu kota propinsi Akhaya, kota kosmopolitan sekaligus pusat perdagangan yang ramai. Di kota ini, Paulus bertemu dengan Akwila dan Priskila, isterinya, dan singgah ke rumah mereka (Pfeiffer, 2014). Pasangan suami-istri ini meninggalkan Roma karena Kaisar Klaudius (AD 41–54) mengusir semua orang Yahudi dari sana (bdk. Kis 18:2). Paulus bertemu mereka dalam perjalanan misinya yang kedua sekitar tahun 50, setelah menghadiri Konsili Yerusalem yang mungkin diadakan

---

<sup>37</sup> Keener, Craig S. *The Gospel of Matthew: New Testament Message*. Grand Rapids: Zondervan, 1999. 98.

<sup>38</sup> Penjelasan mengenai hal ini terdapat dalam Kisah Para Rasul 18:3, di mana dikatakan bahwa ia ada- lah seorang “tukang kemah”. TB: Dan karena mereka melakukan pekerjaan yang sama, ia tinggal bersama-sama dengan mereka. Mereka bekerja bersama-sama, karena mereka sama-sama tukang kemah. (LAI, 2013:192).

tahun 49 (Tantiono, 2009). Tampaknya hubungan mereka cukup akrab. Paulus biasa menginap di rumah mereka. Frasa Pertama "**Mereka Melakukan Pekerjaan yang Sama**". Akwila dan Priskila adalah suami isteri, orang Yahudi yang bekerja sebagai tukang kulit (Kis 18:3). Paulus, Akwila dan Priskila melakukan pekerjaan yang sama (ομοτεχνον ειvai/ homotekhnnon einai). Profesi yang sama menambah keeratan persahabatan antara Paulus, Akwila dan Priskila. Frasa "pekerjaan yang sama" ini juga menegaskan bahwa sang rasul benar-benar menggeluti dunia kerja. Ia masuk dalam dunia entrepreneurship. Rasul Paulus adalah seorang entrepreneur. Frasa Kedua "**Mereka Sama-Sama Tukang Kemah**". Kata ganti "mereka" menunjuk pada Paulus di satu sisi dan Akwila dan Priskila di pihak lain. Kata ganti "mereka" merupakan kata ganti orang yaitu: Paulus, Akwila dan Priskila. Kemudian kalimat berikutnya adalah "karena mereka sama-sama tukang kemah" (γιαυ Yap οKyvowoioi tyv ts3vyv / *esan gar skenopoioi ten tekhnen*).

Mereka berprofesi sebagai tukang kemah. Frasa "tukang kemah" atau "pembuat tenda" dalam bahasa Yunani: *skenopoioi*/ Inggris: *tent makers*. (Stefan, 2017). Akhiran *oi* pada kata Yunani *skenopoioi* berbentuk plural (jamak) hendak menjelaskan bahwa baik Paulus, Akwila dan Priskila melakukan pekerjaan yang sama sebagai pembuat tenda. Kata Yunani *skenopoioi* berasal dari kata dasar *skete* yang artinya adalah seorang pembuat tenda.

Di Korintus, Paulus melakukan pekerjaan lain di samping memberitakan Injil; dia seorang tukang kemah, serta mencari nafkah dengan cara ini sepanjang perjalanannya atau ketika tinggal di suatu tempat (Kis 20:34; 1Tes 2:9; 2Tes 3:8). Dari teladan Paulus jelaslah bahwa hamba- hamba Tuhan yang harus bekerja untuk menghidupi diri dan keluarga tidak melakukan hal yang salah. Alkitab dan para rasul telah memberi contoh lebih dahulu tentang hal merangkap pekerjaan (Stamps, 1999). John R. Tan menegaskan bahwa Allah mempertemukan Paulus dengan Akwila dan Priskila yang ternyata memiliki profesi yang sama sebagai pembuat tenda dan menjadi teman akrab dalam pelayanan penginjilan (Tan, 2007).

Sedangkan dalam 1 Kor. 4:12, ia berkata tentang "melakukan pekerjaan tangan yang berat". Ia bekerja begitu supaya jangan menjadi beban siapapun juga (1 Tes. 2:9). Hal itu diuraikan dengan lebih jelas dalam "pembelaannya" terhadap lawan-lawannya di Korintus (1 Kor 9:3). Dalam 1 Kor 9:6 ia berkata bahwa sebetulnya ia (dan Barnabas) sama seperti rasul-rasul lainnya "mempunyai hak

untuk dibebaskan dari pekerjaan tangan". Namun, pekerjaannya sebagai tukang tenda ia manfaatkan untuk pemberitaan Injil. Sesuai dengan adat kebiasaan zaman itu, khususnya dalam lingkup Yunani, tempat kerja terbuka dan dipakai untuk diskusi atau setidaknya untuk berbicara dan bertukar pikiran (Jacob, 1995).

Menurut F.F. Bruce profesi yang lebih tepat untuk Paulus adalah seorang 'tukang kulit'. Meskipun F.F. Bruce tidak menjelaskan alasannya mengapa ia berpendapat demikian. Namun menurutnya, adalah suatu kewajaran apabila seorang rabi melakukan pekerjaan tangan supaya ia jangan mengambil keuntungan dari pengajaran agama yang ia berikan (Bruce, 2013).

Sedangkan menurut Wycliffe, mungkin yang dimaksud dalam Kisah Para Rasul 18:3 mengenai pekerjaannya sebagai tukang kemah adalah menjahit kain yang berat dari bulu kambing yang kemudian dijadikan kemah: atau "ahli mengolah kulit". Hal ini diperkuat dengan adanya suatu kebiasaan di kalangan para rabi Yahudi untuk tidak menerima bayaran atas kegiatan mengajar mereka, karena itu Paulus dididik sebagai rabi, telah belajar cara untuk membuat kemah. Rasul Paulus tidak langsung memberitakan Injil di Korintus tetapi bergabung dahulu dengan Akwila dan Priskila mempraktikkan pekerjaan tersebut sepanjang minggu itu (Pfeiffer, 2014).

Ketika memberitakan Injil di rumah ibadat orang Yahudi (Sinagoge), Paulus mengalami penolakan dari orang-orang Yahudi. Mereka memusuhi dan menghujat dirinya. Adapun posisi di sebelah rumah ibadat Yahudi terdapat rumah yang dimiliki oleh seorang yang bernama Titius Yustus, orang bukan Yahudi yang takut akan Allah yang mengunjungi rumah ibadat itu. Dia membuka rumahnya kepada Paulus untuk memberitakan Injil bila sang rasul pulang dari rumah ibadat. Penolakan tersebut tidak membuat Paulus putus asa untuk memberitakan Injil, ia tetap berusaha untuk memberitakan berita keselamatan itu. Tidak dapat dianggap remeh, Krispus yang adalah kepala rumah ibadat justru percaya dan memberi diri dibaptis oleh Paulus. Bertobatnya Krispus, kepala rumah ibadat bersama dengan seluruh keluarganya, dan banyak lagi dari orang-orang Korintus yang mendengarkan pemberitaan Injil oleh Paulus pada akhirnya menjadi percaya dan memberi diri mereka dibaptis (Cerita tentang pembaptisan Krispus dapat ditemukan dalam 1 Korintus 1:14).

Melalui kegiatan sebagai pembuat tenda atau entrepreneurship, Paulus

dapat lebih leluasa untuk memberitakan Injil kepada orang-orang Yahudi. Hal ini membuktikan bahwa betapa pentingnya “jembatan penginjilan” bagi seorang pemberita Injil. Paulus yang adalah seorang entrepreneur bersama Akwila dan Priskila sangat dekat dengan masyarakat sehingga dapat berkomunikasi dengan mudah. Bagi Paulus, kegiatannya sebagai pembuat tenda bukanlah merupakan tujuan utama melainkan sebagai penunjang untuk kegiatan pewartaan Injil. Paulus bukan bertujuan untuk mencari harta dan kekayaan lewat kegiatannya itu. Ia hanya memakainya sebagai media penginjilan kepada orang banyak. Kota Korintus yang merupakan kota perdagangan sangat cocok dan strategis bagi Paulus untuk melakukan kegiatannya sebagai tukang tenda (kemah). Di Kota Korintus tentu akan banyak orang yang memerlukan hasil buatan Paulus, Akwila dan Priskila. Lewat kegiatannya ini, Paulus berhasil menjauhkan pemisah antara si penginjil dan objek penginjilan.

### ***Peran Entrepreneurship dalam Pelayanan Gereja***

Peran entrepreneurship dalam pelayanan gereja mengacu pada penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam pengelolaan, pengembangan, dan pelayanan gereja. Salah satu aspek penting dari penerapan entrepreneurship dalam pelayanan gereja adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang baru dalam melayani jemaat dan masyarakat secara lebih efektif. Dalam konteks ini, pihak gereja perlu menerapkan kreativitas dan inovasi dalam merancang program-program pelayanan yang relevan dengan kebutuhan dan aspirasi jemaat serta lingkungan sekitar. Selain itu, entrepreneurship dalam pelayanan gereja juga mencakup aspek manajemen yang efektif, seperti perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya, dan evaluasi kinerja. Para pemimpin gereja perlu memiliki kemampuan untuk mengelola anggaran, merekrut dan mengelola staf, serta membuat keputusan yang bijaksana dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada. Hal ini membutuhkan kepemimpinan yang visioner dan keterampilan manajerial yang kuat.<sup>39</sup>

Implementasi entrepreneurship dalam pelayanan gereja juga dapat melibatkan penerapan teknologi dan media sosial untuk mencapai lebih banyak orang, memperluas jangkauan pelayanan gereja, dan memfasilitasi

---

<sup>39</sup> Morris, Michael H., Kuratko, Donald F., dan Covin, Jeffrey G. *Corporate Entrepreneurship & Innovation*. (Cengage Learning, 2011). 127.

komunikasi antara jemaat. Dengan memanfaatkan teknologi secara efektif, gereja dapat lebih mudah mengorganisir kegiatan, menyebarkan informasi, dan memfasilitasi interaksi antara anggota jemaat. Dalam konteks pelayanan gereja, teori entrepreneurship yang relevan termasuk konsep adaptasi, inovasi, dan risiko terukur. Konsep adaptasi mengacu pada kemampuan gereja untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan jemaat, sementara inovasi mencakup pengembangan ide-ide baru dan solusi-solusi kreatif dalam menyediakan pelayanan gereja. Risiko terukur menekankan pentingnya pengambilan keputusan yang berdasarkan evaluasi risiko dan peluang, serta kesiapan untuk menghadapi konsekuensi dari keputusan yang diambil.<sup>40</sup> Dengan menerapkan prinsip-prinsip entrepreneurship ini, gereja dapat menjadi lebih dinamis, relevan, dan efektif dalam memenuhi panggilannya untuk menyebarkan Injil dan melayani umat. Selain itu, penerapan entrepreneurship dalam pelayanan gereja juga dapat membantu gereja untuk menjadi lebih mandiri secara finansial dan lebih berdampak dalam memberdayakan masyarakat secara luas.

Melalui pembahasanyang luas diatas dapat kita lihat bahwa Entrepreneurship sangat dapat berperan dan telah berperan dalam perkembangan pelayanan baik sejak dahulu, sekarang dan yang akan datang. Setidaknya entrepreneurship berguna dalam beberapa perinsip penting yaitu, Pertama, ***Kreativitas dalam Pendekatan Penginjilan***: para pemimpin gereja dan pelayan Kristen dapat menerapkan prinsip-prinsip entrepreneurship untuk mengembangkan pendekatan baru dalam penginjilan, menggunakan teknologi, seni, dan strategi komunikasi yang inovatif untuk menjangkau berbagai kelompok masyarakat. Kedua, ***Keterlibatan dalam Pelayanan Sosial***: entrepreneurship dapat digunakan untuk merancang dan mengelola program-program pelayanan sosial yang efektif. Ini mencakup usaha-usaha untuk mengatasi kemiskinan, memberikan pendidikan, dan mendukung kelompok rentan, mencerminkan tanggung jawab sosial Kristen. Ketiga, ***Pendekatan Ekonomi yang Berbasis Nilai Kristen***: entrepreneurship dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis dan usaha ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Kristen. Ini melibatkan praktik bisnis yang adil, keberlanjutan, dan pemberdayaan komunitas lokal. Keempat, ***Pemberdayaan***

---

<sup>40</sup> Kreft, Stefan, dan Sobel, Andrew C. *Public Entrepreneurship: Toward a Theory of Bureaucratic Political Power*. (Princeton University Press, 1996). 24.

**Komunitas Lokal:** entrepreneurship dalam konteks pelayanan Kristen dapat berfokus pada pemberdayaan ekonomi di tingkat lokal. Hal ini bisa melibatkan pelatihan keterampilan, pembentukan koperasi, atau pendirian bisnis kecil untuk meningkatkan taraf hidup dan keberlanjutan ekonomi. **Manajemen Keuangan dan Sumber Daya:** prinsip entrepreneurship dalam manajemen keuangan dan sumber daya gereja atau lembaga pelayanan Kristen dapat membantu dalam pengembangan program-program dan proyek-proyek yang berdampak positif khususnya dalam dunia pelayanan gerejawi.

Prinsip-prinsip entrepreneurship memiliki dampak signifikan dalam membentuk karakter dan pendekatan pelayanan para misionaris dan pelayan Kristen. Sebagai agen perubahan di masyarakat, para pelayan Kristen terinspirasi oleh semangat kewirausahaan untuk menjadi adaptif dan responsif terhadap perubahan dalam kebutuhan masyarakat serta tantangan pelayanan. Prinsip-prinsip ini menciptakan landasan yang memungkinkan pelayanan yang tidak hanya relevan tetapi juga efektif.

**Pertama**, kewirausahaan mendorong pelayan Kristen untuk merespons dinamika sosial dan kebutuhan masyarakat dengan cara yang inovatif. Para pelayan ini diberdayakan untuk menciptakan solusi yang kreatif dan memanfaatkan peluang baru yang mungkin muncul seiring waktu (Drucker, 1985, p. 34).<sup>41</sup> **Kedua**, prinsip-prinsip ini memotivasi pelayan Kristen untuk memahami secara mendalam konteks lokal dan menyesuaikan pendekatan pelayanan sesuai dengan keunikan setiap komunitas (Hayek, 1945, p. 521).<sup>42</sup> Ketanggapan terhadap kebutuhan yang berkembang di tingkat lokal merupakan ciri khas dari prinsip entrepreneurship dalam pelayanan Kristen. **Ketiga**, adaptabilitas menjadi kunci dalam menciptakan pelayanan yang relevan. Melalui prinsip-prinsip entrepreneurship, para pelayan Kristen diajarkan untuk tidak bersifat statis tetapi menjadi fleksibel dalam merancang program-program pelayanan. Perubahan yang cepat dalam dinamika sosial membutuhkan ketanggapan yang cepat pula (Schumpeter, 1934, p. 66).<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Drucker, Peter F. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row, 1985. 98.

<sup>42</sup> Hayek, Friedrich A. "The Use of Knowledge in Society." *American Economic Review* 35, no. 4 (1945): 519–530.

<sup>43</sup> Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, 1934. 127.

Prinsip entrepreneurship juga menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan terhadap dampak pelayanan. Para pelayan Kristen diajak untuk mengukur efektivitas program-program mereka, mengidentifikasi perubahan yang diperlukan, dan mengembangkan solusi yang inovatif (Rogers, 2003, p. 112).<sup>44</sup> Dengan memahami dan mengadopsi prinsip-prinsip entrepreneurship, pelayan Kristen dapat menjembatani kesenjangan antara panggilan rohani dan dinamika dunia modern. Seiring perubahan yang terus-menerus terjadi di masyarakat, prinsip-prinsip ini memberdayakan para pelayan Kristen untuk membentuk pelayanan yang tidak hanya relevan tetapi juga memberikan dampak positif yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan dan tantangan kompleks di era kontemporer.

## KESIMPULAN

Memahami jauh lebih dalam tentang berkembangnya pemahaman tentang peran Entrepreneurship dalam kekristenan, penulis menyimpulkan beberapa hal dari hasil penelitian ini. **Pertama**, Hamba Tuhan, Misionaris, Pelayanan Tuhan, dan Jemaat serta pemimpin Kristen berhak untuk berentrepreneurship. Pada dasarnya, pemimpin gereja, hamba Tuhan, misionaris, dan jemaat, serta para pemimpin Kristen memiliki hak dan kesempatan untuk terlibat dalam entrepreneurship. Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya menyoroti bahwa Paulus, sebagai pemimpin gereja dan hamba Tuhan, aktif terlibat dalam kegiatan entrepreneurship sebagai seorang tukang tenda. Selain Paulus, rekan kerjanya, Akwila dan Priskila, yang juga merupakan anggota jemaat dan misionaris, turut serta dalam kegiatan entrepreneurship sebagai tukang tenda. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi dapat menjadi bagian integral dari pelayanan mereka. Oleh karena itu, hamba Tuhan dan jemaat tidak perlu merasa terbatas dalam lingkup pelayanan rohani semata, melainkan dapat menjalankan kegiatan entrepreneurship sebagai cara untuk mendukung pelayanan dan memberikan dampak positif pada masyarakat sekitar. Dalam konteks modern, prinsip ini dapat diterapkan dengan memotivasi pemimpin gereja dan para hamba Tuhan untuk memiliki keterampilan bisnis dan kewirausahaan. Mereka dapat menggabungkan aspek rohani dengan praktik-praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Kristen. Dengan demikian, seluruh jemaat dapat merasakan manfaat dari pertumbuhan

---

<sup>44</sup> Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations*. Free Press, 2003. 227.

ekonomi yang berkelanjutan yang dihasilkan dari keterlibatan para pemimpin Kristen dalam entrepreneurship. **Kedua**, Entrepreneurship bukan hanya dianggap sebagai peluang ekonomi pribadi, melainkan diakui sebagai suatu jembatan atau fasilitas yang dapat mendukung pelayanan gerejawi. Walaupun dalam kesimpulan pertama, semua komponen kekristenan diizinkan dan memiliki hak untuk terlibat dalam entrepreneurship, perlu dicatat bahwa fokus utama tetap harus ditempatkan pada pekerjaan Tuhan, yakni penyebaran Injil dan kabar baik, serta pengembangan pelayanan gereja. Prinsip ini dapat dihubungkan dengan ajaran Paulus, yang menekankan bahwa Entrepreneurship bukan semata-mata untuk keuntungan pribadi, melainkan harus terkait dengan tujuan misi Allah, yaitu penyebaran Injil dan pertumbuhan pelayanan gereja. Dengan kata lain, kegiatan bisnis atau ekonomi yang dilakukan oleh para pemimpin gereja, hamba Tuhan, atau jemaat hendaknya tidak melupakan misi pokok kekristenan. Entrepreneurship diarahkan untuk menjadi alat yang mendukung dan memfasilitasi penyebaran pesan Injil, memberikan sumbangan positif pada masyarakat, dan memperluas pengaruh pelayanan gerejawi. Dengan pendekatan ini, Entrepreneurship diintegrasikan dengan pelayanan gerejawi sebagai suatu kesatuan yang saling melengkapi. Tujuan utama pelayanan dan penyebaran injil tetap diutamakan, sedangkan Entrepreneurship menjadi sarana yang mendukung dan memperluas kapasitas gereja dalam mencapai misi tersebut. **Ketiga**, Entrepreneurship sebagai peningkat perekonomian jemaat. Entrepreneurship Kristen menekankan pada penerapan nilai-nilai seperti integritas, kejujuran, dan pelayanan kepada sesama dalam proses bisnis. Pengusaha Kristen di dalam jemaat dapat menggunakan keahlian dan keterampilan bisnis mereka untuk menciptakan peluang kerja lokal, mendukung usaha-usaha kecil dan menengah, serta membangun ekosistem ekonomi yang berkelanjutan. Selain itu, entrepreneurship di dalam konteks gereja juga dapat menggugah kepedulian terhadap kebutuhan sosial, dengan melibatkan jemaat dalam proyek-proyek amal dan pelayanan masyarakat. Dengan memanfaatkan konsep entrepreneurship yang berbasis pada nilai-nilai Kristen, jemaat gereja dapat menjadi pusat penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Sebagai akibatnya, inisiatif ekonomi seperti ini tidak hanya mencerminkan kepedulian gereja terhadap kesejahteraan anggotanya, tetapi juga menjadi wujud konkret dari prinsip-prinsip kasih dan pelayanan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian kita tahu bahwa keterkaitan entrepreneurship dengan pelayanan gereja tidak hanya terbatas pada konsep pelayanan kristiani, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain yang relevan dengan tujuan dan panggilan gereja. Salah satu aspek penting adalah pengembangan program-program pelayanan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat luas di sekitar gereja. Ini dapat mencakup program-program sosial, pendidikan, kesehatan, atau bantuan bagi yang membutuhkan.<sup>45</sup> Penerapan entrepreneurship dalam pengembangan program-program pelayanan semacam ini membutuhkan identifikasi peluang-peluang baru, inovasi dalam desain program, serta manajemen yang efektif dalam pengelolaan sumber daya dan implementasi program. Misalnya, gereja dapat mengidentifikasi kebutuhan di komunitas sekitar mereka dan mengembangkan program-program yang mengatasi masalah-masalah tersebut dengan pendekatan yang inovatif dan berkelanjutan. Selain itu, entrepreneurship dalam pelayanan gereja juga dapat mencakup aspek pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Gereja dapat berperan sebagai agen perubahan yang mempromosikan kewirausahaan dan memberikan pelatihan serta dukungan bagi para wirausahawan lokal. Ini dapat membantu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, dan membangun hubungan yang lebih baik antara gereja dan masyarakat di sekitarnya.<sup>46</sup>

Dengan menerapkan prinsip-prinsip entrepreneurship dalam pelayanan gereja yang mencakup aspek pelayanan kristiani tradisional dan juga meluas ke pelayanan sosial, ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat, gereja dapat lebih efektif dalam memenuhi panggilannya untuk menjadi garam dan terang dalam dunia ini. Hal ini juga akan membantu menjawab masalah penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu bagaimana nilai dan prinsip-prinsip entrepreneurship dapat membantu memperkuat dan memperluas pelayanan gereja dalam konteks yang lebih luas dan relevan dengan tantangan dan peluang di zaman sekarang.

---

<sup>45</sup> Thompson, John L., dan Mellahi, Kamel. *Entrepreneurship and Management in an Islamic Context*. (Edward Elgar Publishing, 2011), 117.

<sup>46</sup> Kreft, Stefan, dan Sobel, Andrew C. *Public Entrepreneurship: Toward a Theory of Bureaucratic Political Power*. (Princeton University Press, 1996), 66

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). *What's new about the new economy?: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies*. Industrial and Corporate Change
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of 'Social Entrepreneurship.'* Duke University, The Fuqua School of Business.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. HarperBusiness
- Gundry, R. H. (2012). *Matthew: Expositor's Bible Commentary*. Grand Rapids: Zondervan.
- Hayek, F. A. (1945). The Use of Knowledge in Society. *American Economic Review*, 35(4), 519–530.
- Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, 1934.
- Keener, C. S. (1999). *The Gospel of Matthew: New Testament Message*. Grand Rapids: Zondervan.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1).
- Landes, D. S. (1998). *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich and Some So Poor*. W. W. Norton & Company.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton University Press.
- McCraw, T. K. (2007). *Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Belknap Press.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. Harvard Business Review.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

Shane, S. (2009). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Methuen & Co. Ltd.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*.

Witherington III, B. (1997). *The Acts of the Apostles: A Socio-Rhetorical Commentary*. Eerdmans.

Esler, P. F. (2003). *Conflict and Identity in Romans: The Social Setting of Paul's Letter*. Fortress Press.

### **Artikel**

Silalahi, J. N. (2019). Paul The Entrepreneur. *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, 1(1), 1-18. <https://doi.org/10.35909/visiodei.v1i1.9>

Reynolds, P. D., & Miller, B. (1992). New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 7(5), 405-417. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(92\)90012-b](https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90012-b)

Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39. <https://doi.org/10.1002/csr.132>

Eleeas, I. (2023). Keynote Paper - Theological Preneurship. *Teologis-Relevan-Aplikatif-Cendikia-Kontekstual*, 1(01), 1-9. <https://ejurnal.stepsmg.ac.id/home/article/view/16>

Margianto, Aris. "Pastorpreneur: Analisa Latar Belakang Sejarah Kehidupan Sosial Imam Di Mesir Dan Israel Yang Tercermin Dalam Kejadian 47:13-26". *Teologis-Relevan-Aplikatif-Cendikia-Kontekstual* 2, no. 1 (Juni 13, 2023): 36-62. Diakses Januari 17, 2024. <https://ejurnal.stepsmg.ac.id/home/article/view/64>.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354–359. <https://doi.org/10.5465/amr.1984.4277628>