

PEMIKIRAN INTEGRATIF TEOLOGI DAN KEWIRAUSAHAAN: MEMBANGUN PARADIGMA KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SPIRITUALITAS

Aris Margianto

Abstract

This study aims to explore the integration of theological values in modern entrepreneurial practices, particularly in building an ethical, inclusive, and sustainable business paradigm. The research background stems from the shifting orientation of the business world, which no longer emphasizes solely financial profit but also considers social responsibility, justice, and environmental sustainability. Theological values such as stewardship, social justice, and love are viewed as capable of providing a strong moral foundation for business decision-making. The research employs a qualitative approach using a combination of case studies and descriptive-analytical methods. Data were collected through literature review and observation of entrepreneurial phenomena that integrate spiritual dimensions. The analysis was conducted interpretively to identify patterns and meanings that emerge from theological value-based business practices.

The findings indicate that a spirituality-based entrepreneurial paradigm expands the triple bottom line framework (profit, people, planet) by adding the dimension of spirituality. Entrepreneurs guided by faith tend to demonstrate integrity, transparency, as well as social and ecological concern. Spiritual values also encourage environmentally friendly innovation, enhance consumer and employee loyalty, and strengthen the social role of business within the community. This study concludes that integrating theology and entrepreneurship presents a new paradigm that is not only academically relevant but also practically applicable. Theology-based entrepreneurship can serve as an agent of transformation that promotes well-being, social justice, and the preservation of creation.

Keywords: *theology, entrepreneurship, spirituality, business ethics, sustainability*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menggali integrasi nilai-nilai teologi dalam praktik kewirausahaan modern, khususnya dalam membangun paradigma bisnis yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan. Latar belakang penelitian berangkat dari perubahan orientasi dunia usaha yang tidak lagi hanya menekankan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial, keadilan, dan keberlanjutan lingkungan. Nilai-nilai teologi, seperti penatalayanan, keadilan sosial, dan kasih, dipandang mampu memberikan landasan moral yang kokoh bagi pengambilan keputusan bisnis. Metode penelitian menggunakan

pendekatan kualitatif dengan kombinasi studi kasus dan deskriptif-analitik. Data dikumpulkan melalui telaah literatur dan observasi fenomena kewirausahaan yang mengintegrasikan dimensi spiritual. Analisis dilakukan secara interpretatif untuk mengidentifikasi pola dan makna yang muncul dari praktik bisnis berbasis nilai teologis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa paradigma kewirausahaan berbasis spiritualitas memperluas kerangka triple bottom line (profit, people, planet) dengan menambahkan dimensi spiritualitas. Wirausahawan yang berlandaskan iman cenderung menampilkan integritas, transparansi, serta kepedulian sosial dan ekologis. Nilai spiritual juga mendorong inovasi ramah lingkungan, meningkatkan loyalitas konsumen dan karyawan, serta memperkuat peran sosial bisnis dalam komunitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi teologi dan kewirausahaan menghadirkan paradigma baru yang tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga praktis. Kewirausahaan berbasis teologi dapat menjadi agen transformasi yang membawa kesejahteraan, keadilan sosial, dan kelestarian ciptaan.

Kata Kunci: teologi, kewirausahaan, spiritualitas, etika bisnis, keberlanjutan

LATAR BELAKANG

Dalam dunia kewirausahaan modern, tuntutan untuk berorientasi pada keuntungan finansial semakin diimbangi dengan kebutuhan untuk memperhatikan etika, keberlanjutan sosial, dan tanggung jawab terhadap lingkungan. Seiring dengan perubahan paradigma yang semakin kompleks, integrasi nilai-nilai spiritual dan teologi dalam praktik kewirausahaan menjadi hal yang semakin relevan. Pemikiran integratif antara teologi dan kewirausahaan menawarkan solusi dalam mengatasi tantangan sosial dan etika yang dihadapi oleh pelaku bisnis, dengan memberikan landasan moral dan prinsip yang kokoh. Dalam konteks ini, banyak pengusaha yang mulai mengubah pendekatan mereka terhadap bisnis dengan menekankan pentingnya nilai-nilai non-material yang bersifat etis dan berkelanjutan. Mereka kini tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga pada dampak sosial dan keberlanjutan yang dapat diberikan oleh bisnis mereka (Pavlovich and Markman, 2021).

Sebagai contoh konkret, Patagonia, sebuah perusahaan pakaian outdoor, telah mengintegrasikan nilai-nilai spiritualitas dan etika dalam model bisnis mereka. Patagonia dikenal tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan sosial. Perusahaan ini berkomitmen

untuk menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan dan mendukung gerakan konservasi alam. Dalam beberapa inisiatif mereka, Patagonia bahkan mendonasikan 1% dari penjualan mereka untuk mendanai proyek-proyek lingkungan. Filosofi bisnis mereka yang berlandaskan pada nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial menjadikan mereka salah satu contoh terkemuka perusahaan yang menggabungkan teologi dan kewirausahaan.

Penelitian oleh Pavlovich & Markman (2021) dalam *World Scientific Encyclopedia of Business Sustainability, Ethics and Entrepreneurship* menegaskan bahwa spiritualitas dan agama memegang peranan penting dalam menciptakan perubahan sosial serta membentuk nilai-nilai dalam praktik kewirausahaan modern. Kehadiran nilai-nilai teologi ini mampu membentuk paradigma baru dalam kewirausahaan, yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan etika.

Sebagai contoh lain, perusahaan seperti Ben & Jerry's, produsen es krim yang dikenal dengan praktik bisnis etis dan berbasis nilai-nilai sosial, juga menerapkan prinsip-prinsip spiritual dalam operasional mereka. Mereka secara aktif terlibat dalam isu-isu sosial, seperti hak-hak buruh, keadilan rasial, dan keberlanjutan lingkungan, yang selaras dengan prinsip-prinsip teologi tentang keadilan dan tanggung jawab sosial (Pavlovich and Markman, 2021).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Smith, McMullen, dan Cardon (2021) mengungkapkan bahwa integrasi agama dan kewirausahaan membuka peluang untuk riset transformatif yang menghubungkan antara praktik bisnis dengan legitimasi dan relevansi dalam masyarakat modern. Sebagai contoh, banyak pengusaha sosial yang menggabungkan nilai-nilai religius dalam strategi bisnis mereka untuk memperkuat kredibilitas dan kepercayaan konsumen. Salah satu contoh adalah TOMS Shoes, yang dalam setiap pembelian sepatu, mendonasikan sepasang sepatu untuk anak-anak di negara-negara berkembang. Model bisnis ini bukan hanya berfokus pada profit, tetapi juga berorientasi pada dampak sosial yang positif, sesuai dengan ajaran banyak agama mengenai berbagi dan membantu sesama (Smith, McMullen and Cardon, 2021).

Pentingnya integrasi teologi dalam kewirausahaan tercermin dari berbagai studi yang menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual dan religius dapat memainkan peran penting dalam membentuk praktik bisnis yang lebih beretika, responsif terhadap kebutuhan sosial, dan lebih tangguh dalam menghadapi tantangan.

Studi-studi mutakhir juga menegaskan bahwa pengusaha yang menerapkan prinsip spiritual dalam operasional mereka cenderung lebih memperhatikan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan, serta menghindari praktik-praktik yang merugikan.

Dalam hal ini, integrasi nilai-nilai spiritual tidak hanya memberikan dampak positif dalam operasional bisnis, tetapi juga dapat meningkatkan legitimasi bisnis di mata konsumen dan masyarakat. Pengusaha yang mengintegrasikan prinsip spiritual dalam bisnis mereka sering kali dianggap lebih dapat dipercaya dan diterima oleh komunitas. Sebagai contoh, perusahaan seperti Whole Foods Market, yang berkomitmen pada prinsip keadilan sosial dan keberlanjutan, telah berhasil membangun reputasi yang kuat melalui penerapan nilai-nilai etika dan spiritual dalam setiap aspek operasionalnya. Selain itu, penerapan prinsip spiritual dalam kewirausahaan juga membantu pengusaha dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah, dengan memberikan landasan moral yang kuat dalam setiap keputusan yang diambil. Dalam dunia yang penuh dengan ketidakpastian, ketahanan terhadap krisis menjadi lebih mungkin tercapai melalui keputusan-keputusan yang berorientasi pada tujuan jangka panjang dan berlandaskan pada prinsip keadilan sosial (Ante and Sutrisno, 2025).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai integrasi nilai-nilai teologi dan spiritualitas dalam kewirausahaan, serta bagaimana hal tersebut dapat membentuk paradigma kewirausahaan yang lebih beretika, bertanggung jawab sosial, dan berkelanjutan. Penelitian ini akan menggali lebih jauh tentang bagaimana prinsip-prinsip teologi, seperti tanggung jawab sosial, keadilan, dan keberlanjutan, dapat mempengaruhi pengambilan keputusan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh pengusaha dalam menerapkan nilai-nilai teologi dalam praktik kewirausahaan mereka serta dampaknya terhadap legitimasi bisnis, ketahanan menghadapi krisis, dan penerapan praktik kewirausahaan yang lebih etis, inklusif, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain yang

mengombinasikan studi kasus dan metode deskriptif-analitik (Bowen, Glenn, 2009). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menangkap kompleksitas dan makna mendalam dari fenomena integrasi nilai-nilai teologi dalam praktik kewirausahaan, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Metode studi kasus memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap contoh-contoh nyata praktik kewirausahaan yang mengintegrasikan dimensi spiritual dan teologis. Sementara itu, pendekatan deskriptif-analitik digunakan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan, dan menganalisis pola-pola serta karakteristik yang muncul dari fenomena tersebut secara sistematis. Kombinasi kedua metode ini memberikan kerangka kerja yang solid untuk menghasilkan pemahaman yang kaya dan holistik mengenai bagaimana nilai-nilai teologis membentuk paradigma bisnis yang etis dan berkelanjutan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode utama: telaah dokumen (studi literatur) dan observasi tidak langsung terhadap fenomena kewirausahaan. Telaah dokumen, sebagaimana dijelaskan oleh Bowen (2009), melibatkan analisis sistematis terhadap berbagai materi cetak dan elektronik untuk menggali makna dan mengembangkan pemahaman empiris. Untuk memperkuat validitas studi kasus, penelitian ini mengadopsi prinsip triangulasi data dengan mengumpulkan bukti dari berbagai sumber, seperti laporan tahunan perusahaan, artikel berita, publikasi akademis, dan buku, sesuai dengan rekomendasi Yin (2018) mengenai pentingnya konvergensi bukti dalam penelitian studi kasus. Selain itu, observasi dilakukan secara tidak langsung dengan memantau diskursus publik dan representasi media mengenai perusahaan-perusahaan yang menjadi subjek studi, guna menangkap persepsi dan dampak sosial dari praktik bisnis mereka.

Analisis data dilakukan secara interpretatif dengan pendekatan analisis tematik untuk mengolah data kualitatif yang telah terkumpul. Proses ini mengikuti langkah-langkah yang diuraikan oleh Braun dan Clarke (2006), yang mencakup familiarisasi dengan data, pembuatan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, serta penyusunan laporan. Fokus utama analisis adalah mengidentifikasi pola-pola naratif dan koneksi konseptual yang memperlihatkan bagaimana prinsip-prinsip teologis seperti integritas, keadilan, dan kasih diterjemahkan ke dalam strategi serta operasional bisnis. Melalui proses ini, peneliti berupaya membangun argumen yang koheren dan mendalam mengenai terbentuknya paradigma kewirausahaan berbasis spiritualitas yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teologi dan Nilai-nilai Spiritual

Teologi Kristen menempatkan nilai-nilai spiritual sebagai fondasi etis yang menuntun seluruh aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam ranah sosial dan ekonomi. Nilai-nilai tersebut bukan sekadar norma moral yang terpisah, melainkan berfungsi sebagai kerangka hidup yang utuh, menuntun manusia untuk memahami identitasnya sebagai *imago Dei* serta perannya sebagai mitra Allah dalam mengelola ciptaan (Kejadian 1:27-28). Salah satu nilai yang paling sentral dalam kerangka ini adalah integritas, yang dipahami sebagai keselarasan mutlak antara keyakinan iman, perkataan, dan tindakan nyata. Sebagaimana dinyatakan dalam Kitab Amsal, "Orang yang jujur dipimpin oleh ketulusannya, tetapi pengkhianat dirusak oleh kecurangannya" (Amsal 11:3), yang menegaskan bahwa konsistensi moral membawa kestabilan, sedangkan kecurangan berujung pada kehancuran. Integritas ini merupakan cerminan langsung dari karakter Allah yang kudus dan setia (Ulangan 32:4), sehingga menjadi pola hidup yang seharusnya menuntun setiap pengambilan keputusan dalam bisnis, yang meliputi transparansi, keterbukaan, dan kejujuran sebagai bentuk kesaksian iman di tengah masyarakat (Matius 5:16).

Nilai keadilan dalam teologi Kristen juga memiliki makna yang mendalam dan erat kaitannya dengan kasih. Keadilan tidak dipandang sebagai sebuah mekanisme hukum yang kaku dan dingin, melainkan sebagai wujud konkret dari kasih Allah yang menuntut manusia untuk berlaku benar dan adil terhadap sesamanya (Mikha 6:8; Matius 22:37-40). Prinsip ini menolak segala bentuk diskriminasi dan menuntut perlakuan yang setara bagi semua individu sebagai ciptaan Tuhan yang berharga. Dalam praktik kewirausahaan, nilai keadilan ini diwujudkan melalui kebijakan-kebijakan yang nyata, seperti penetapan upah yang adil bagi karyawan, perlakuan yang setara tanpa memandang latar belakang, serta penolakan tegas terhadap segala bentuk praktik eksploitasi atau perusakan lingkungan ciptaan (Yakobus 5:4) (Rietveld dan Hoogendoorn, 2022).

Selanjutnya, kasih menjadi pusat dari etika Kristen dan ditetapkan sebagai norma tertinggi dalam seluruh relasi antarmanusia. Rasul Paulus dengan tegas menyatakan bahwa tanpa kasih, semua pencapaian dan perkataan menjadi tidak bermakna (1 Korintus 13:1), yang menempatkan kasih sebagai fondasi dari

segala tindakan yang bernilai. Kasih ini bukanlah sekadar perasaan sentimental yang pasif, melainkan sebuah tindakan aktif yang diwujudkan melalui keadilan, kerendahan hati, dan belas kasih yang tulus kepada sesama (Matius 22:37-39; 1 Yohanes 3:17). Dalam dunia kewirausahaan, prinsip kasih dapat diwujudkan secara praktis melalui kebijakan yang mendukung kesejahteraan karyawan, kepedulian tulus terhadap kebutuhan konsumen, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial sebagai bentuk kesaksian nyata dari nilai-nilai Kerajaan Allah (Ante dan Sutrisno, 2025).

Di samping itu, iman Kristen juga menekankan konsep panggilan hidup (*vocatio*), yang berfungsi menyatukan dimensi spiritual dengan praktik kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia kerja dan kewirausahaan. Konsep ini menolak pemisahan antara yang sakral dan sekuler, serta memandang setiap pekerjaan sebagai ladang pelayanan yang mulia di hadapan Tuhan. Melalui panggilan ini, pekerjaan tidak lagi dipandang hanya sebagai cara untuk mencari nafkah, tetapi berubah menjadi sebuah ladang kesaksian iman dan sarana pelayanan yang bertujuan membawa damai, keadilan, dan kesejahteraan bagi sesama (Natalino dan Lukito 2025).

Secara kolektif, keempat pilar teologis ini—integritas, keadilan, kasih, dan panggilan hidup—memberikan sebuah arah yang konkret dan dapat diimplementasikan bagi para wirausahawan Kristen untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam strategi bisnis mereka. Dengan demikian, bisnis tidak lagi hanya menjadi entitas ekonomi, tetapi bertransformasi menjadi sebuah ruang kesaksian iman yang aktif, di mana setiap keputusan dan tindakan dijalankan dengan rasa tanggung jawab penuh kepada Allah, sesama manusia, dan seluruh ciptaan. Kerangka teologis ini menjadi semakin relevan dalam dinamika kewirausahaan modern, yang kini semakin menekankan pentingnya penciptaan nilai sosial dan praktik keberlanjutan. Oleh karena itu, pendekatan bisnis yang berlandaskan teologi ini menawarkan paradigma yang sejalan dengan tuntutan zaman, sekaligus setia pada panggilan iman yang lebih tinggi.

Kewirausahaan Modern

Kewirausahaan modern tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi yang berfokus pada pencarian laba, melainkan merupakan sebuah proses kreatif yang menghasilkan nilai ekonomi sekaligus sosial. Proses ini melibatkan kemampuan

seorang wirausahawan untuk mengenali peluang yang ada serta keberanian mengambil risiko secara terukur dalam menghadirkan inovasi berupa produk, layanan, ataupun model bisnis baru. Joseph A. Schumpeter memberikan konsep entrepreneur sebagai inovator yang menciptakan kombinasi-kombinasi baru (*new combinations*) yang memacu pergerakan ekonomi lewat mekanisme "*creative destruction*" (Schumpeter, 2021). Inti dari kewirausahaan modern adalah praktik inovasi berkelanjutan yang mampu beradaptasi dengan pasar serta mengelola perubahan secara efektif (Yolac, 2018). Teknologi informasi memainkan peran penting dengan memperluas ruang gerak para wirausahawan, memungkinkan terciptanya model bisnis yang fleksibel, terdesentralisasi, dan berbasis platform digital, sebagaimana dijelaskan oleh Rae (2019). Studi ilmiah terkini juga menegaskan bahwa inovasi dalam kewirausahaan bukan hanya berbasis teknologi tetapi juga inovasi sosial yang memberikan nilai tambah dalam aspek kesejahteraan umat manusia dan lingkungan (Portocarrero et al., 2025).

Paradigma baru dalam kewirausahaan memandang wirausahawan lebih dari sekadar pelaku bisnis, tetapi sebagai agen perubahan sosial yang memiliki tanggung jawab etis. Fokus utama tidak hanya pada pencapaian keuntungan finansial tetapi juga memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Wirausaha modern ini aktif memberikan solusi berbagai persoalan sosial seperti pengangguran dan kemiskinan melalui pendekatan kewirausahaan sosial yang beretika dan berorientasi pada praktik ramah lingkungan. Model ini selaras dengan kerangka *triple bottom line* yang mengintegrasikan tiga aspek utama: profit (keuntungan ekonomi), people (kesejahteraan sosial), dan planet (kelestarian lingkungan). Literatur terkini mendukung bahwa tanggung jawab sosial dan keberlanjutan ini kini menjadi bagian integral dari strategi bisnis serta menjadi faktor penting dalam penciptaan nilai jangka panjang (Sangwa & Mutabazi, 2025; Rietveld & Hoogendoorn, 2022).

Kewirausahaan modern harus dipandang secara multidisipliner, tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi dan manajemen bisnis, namun juga menyentuh dimensi sosial, teknologi, dan lingkungan hidup. Di era digital, integrasi teknologi informasi dalam praktik kewirausahaan membuka peluang inovasi baru serta memperkenalkan model bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Nilai-nilai sosial dan lingkungan menjadi fondasi yang menaungi aktivitas dan produk bisnis modern, menjembatani kepentingan ekonomi dengan tujuan keberlanjutan. Pendekatan ini mengharuskan keterlibatan lintas disiplin ilmu, seperti ekonomi,

manajemen, etika, sosiologi, bahkan teologi sebagai basis nilai yang memperkuat landasan moral wirausahawan dalam mengambil keputusan strategis. Studi empiris terbaru menunjukkan bahwa kolaborasi multidisipliner ini berkontribusi pada pembangunan wirausaha berkelanjutan yang efektif dan berdaya guna dalam konteks perubahan sosial dan dinamika pasar global (Smith, McMullen, & Cardon, 2021; Pavlovich & Markman, 2021).

Teologi Kewirausahaan

Teologi kewirausahaan berakar pada teologi kerja (*theology of work*) yang memandang pekerjaan sebagai ekspresi partisipasi manusia dalam karya Allah. Prinsip "*Work is Worship*" menegaskan bahwa setiap aktivitas kewirausahaan merupakan wujud ibadah yang mengandung makna spiritual, di mana wirausahawan bukan sekadar pelaku ekonomi, tetapi juga partner Allah dalam menjalankan visi penciptaan dan penebusan di dunia (Stückelberger et al., 2016). Melalui prinsip ini, kerja bukan lagi dipandang semata sebagai sumber penghasilan, melainkan sebagai ladang panggilan (*vocatio*) di mana nilai-nilai ilahi seperti integritas, kasih, dan tanggung jawab dijalankan secara nyata (Altman et al., 2021). Oleh karena itu, pekerjaan kewirausahaan menjadi suatu pengabdian yang menegaskan relasi harmonis antara manusia dan Allah lewat pelayanan yang tulus kepada sesama dan lingkungan ciptaan. Hal ini membuka kesadaran bahwa etika bisnis bukan hanya soal aturan, melainkan ekspresi iman yang hidup dalam setiap keputusan bisnis.

Iman memiliki peran strategis dalam membentuk etos kewirausahaan yang berorientasi pada nilai moral dan spiritual. Iman menjadi sumber motivasi dan kerangka acuan dalam setiap tindakan dan keputusan bisnis, sehingga memperlihatkan dampak yang luas pada struktur organisasi, pola kepemimpinan, dan hubungan dengan para pemangku kepentingan (Sangwa and Mutabazi, 2025). Salah satu konsep utama dalam teologi kewirausahaan adalah *servant leadership*, yaitu kepemimpinan yang menempatkan diri sebagai pelayan dan bertanggung jawab untuk mengembangkan potensi manusia, mendorong tanggung jawab sosial, dan peningkatan kesejahteraan bersama. Pendekatan ini menggeser paradigma kepemimpinan yang otoriter ke arah kepemimpinan yang inklusif dan memberdayakan, sekaligus menegaskan bahwa bisnis tidak dilaksanakan untuk menguasai, melainkan melayani dan mengangkat martabat seluruh elemen di

dalamnya. Dengan demikian, iman menjadi pendorong etika bisnis yang secara aktif mendorong keadilan dan kasih dalam praktik sehari-hari.

Terlepas dari nilai-nilai iman yang luhur, terdapat ketegangan yang nyata antara logika kapitalisme, yang berorientasi pada efisiensi dan akumulasi modal, dengan prinsip-prinsip iman yang menuntut keadilan sosial dan kasih (Sangwa and Mutabazi, 2025). Pada praktiknya, wirausahawan yang beriman sering dihadapkan pada dilema bagaimana menjaga keseimbangan antara mengejar keuntungan dan memelihara integritas moral yang menuntut perlakuan adil terhadap karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar. Teologi kewirausahaan berperan sebagai koreksi profetis yang mengarahkan praktik bisnis untuk tidak semata-mata mengikuti rasionalitas pasar, tetapi turut menjadikan visi shalom sebagai pijakan, yakni visi kesejahteraan holistik yang mencakup dimensi spiritual, sosial, dan ekologis. Dengan demikian, teologi memberikan kritik dan arahan agar bisnis tidak menjadi alat eksploitasi, melainkan menjadi sarana transformasi sosial dan pelestarian ciptaan.

Teologi kewirausahaan juga membuka ruang dialog lintas agama yang memperkaya perspektif spiritual dalam praktik bisnis global. Prinsip-prinsip teologis tidak hanya eksklusif pada tradisi Kristen, tetapi juga beresonansi dengan nilai-nilai universal yang terdapat pada agama lain seperti keadilan (adl) dan barakah dalam *Islam*, konsep *dharma* dalam Hindu, serta prinsip *right livelihood* dalam Buddhisme (Musallam and Kamarudin, 2021). Pendekatan pluralistik ini menegaskan bahwa spiritualitas merupakan fondasi bersama yang dapat menjadi kompas moral dalam menghadapi dinamika pasar global yang kompleks. Dialog ini tidak hanya mendorong saling pengertian antaragama tetapi juga memperkaya kerangka etika kewirausahaan yang inklusif, manusiawi, dan berkelanjutan. Korelasi ini menjadikan terobosan baru dalam literatur bisnis global yang memadukan keunggulan inovasi ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan ekologis secara simultan.

Teologi kewirausahaan merupakan model holistik yang mengintegrasikan iman dan etika dalam praktik bisnis modern melalui kerangka kerja yang sistematis dan praktis. Dalam kerangka ini, bisnis dipandang sebagai wadah aktualisasi nilai-nilai Kerajaan Allah, di mana keuntungan, inovasi, dan keberlanjutan tidak dianggap bertentangan dengan integritas, kasih, dan keadilan, melainkan sebagai satu kesatuan yang sinergis (Sangwa and Mutabazi, 2025). Teologi memberikan

landasan normatif yang kuat agar pengusaha tidak kehilangan arah dan tujuan dalam perjalanan bisnisnya. Pendekatan ini menegaskan bahwa bisnis bukan sekadar mesin ekonomi, tapi merupakan panggilan ilahi (*vocatio*) yang mengandung tanggung jawab moral untuk memajukan kebaikan bersama dan menjaga ciptaan. Oleh karena itu, teologi kewirausahaan memberikan visi strategis dan operasional sebagai basis untuk pengelolaan yang etis dan berkelanjutan.

Dengan demikian, bidang teologi kewirausahaan menghadirkan suatu paradigma yang tidak hanya relevan secara akademis, tetapi dapat diimplementasikan secara nyata dalam dunia bisnis, menyatukan tujuan rohani dan ekonomi demi terciptanya bisnis beretika, berkeadilan, dan berkelanjutan yang membawa perubahan positif bagi masyarakat dan lingkungan (Stückelberger *et al.*, 2016; Altman *et al.*, 2021; Sangwa and Mutabazi, 2025; Musallam and Kamarudin, 2021).

Model Integrasi Teologi dan Kewirausahaan

Model integrasi teologi dan kewirausahaan berlandaskan pada asumsi bahwa nilai-nilai iman bukan sekadar norma eksternal yang mengikat, melainkan merupakan sumber daya strategis utama yang mengarahkan visi, struktur, serta proses organisasi. Dari sudut pandang ini, teologi berfungsi sebagai logika tujuan (*telos*) yang menitikberatkan pada kebaikan bersama, keadilan sosial, dan penatalayanan ciptaan, sementara kewirausahaan menyediakan logika alat (*means*) melalui inovasi, mitigasi risiko, dan penciptaan nilai ekonomi serta sosial. Pendekatan integratif ini menggeser fokus etika bisnis dari paradigma kepatuhan semata (*compliance ethics*) ke etika keyakinan (*conviction ethics*), di mana setiap keputusan bisnis lahir dari keyakinan teologis yang dijalankan secara konsisten dalam tata kelola organisasi, budaya kerja, dan strategi pasar. Pendekatan ini menegaskan bahwa iman bukan hanya dimensi individual, tetapi juga menjadi DNA organisasi yang membentuk praktek bisnis secara holistik (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Kerangka *Kingdom Integration Framework* (KIF) merupakan pencerminan konkret dari integrasi tersebut, yang memetakan empat pilar alkitabiah yaitu integritas, *stewardship* (penatalayanan), kepedulian, dan keadilan ke dalam keputusan strategis dan budaya organisasi. KIF beroperasi melalui tiga lapis, yakni lapis tujuan (*purpose layer*) yang menggabungkan profitabilitas, dampak sosial, dan

keberlanjutan lingkungan; lapis kebijakan (*policy layer*) yang mencakup kebijakan operasional seperti rantai pasok etis dan transparansi; serta lapis praktik (*practice layer*) yang menerjemahkan nilai-nilai teologis ke dalam aktivitas harian, misalnya desain produk ramah lingkungan dan layanan yang berbelarasa. Organisasi yang menerapkan KIF tidak hanya berorientasi meraih keuntungan finansial, tetapi juga membangun legitimasi sosial yang saling memperkuat melalui kepercayaan pemangku kepentingan, sehingga menghasilkan kemenangan ganda (*dual wins*) baik dari sisi ekonomi maupun sosial (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Melengkapi KIF, model psikologis-sosial *Bridge-Ally-Motivator* (B-A-M) menjelaskan mekanisme internal personal dan sosial yang menguatkan integrasi nilai iman dalam konteks kewirausahaan. Fungsi *Bridge* berperan sebagai jembatan kognitif dan afektif yang menghubungkan nilai pribadi dengan realitas pasar, memungkinkan reinterpretasi risiko sebagai peluang pelayanan. Fungsi *Ally* menyediakan modal sosial berupa dukungan komunitas, mentor, dan institusi keagamaan yang menjadi sokongan sosial penting. *Motivator* berperan sebagai penggerak intrinsik yang mempertahankan ketekunan dan harapan saat menghadapi tekanan pasar, khususnya bagi wirausaha dari kelompok rentan. Fungsi-fungsi ini secara bersama-sama memperkaya konteks pengambilan makna bagi pengusaha, menstabilkan budaya etis organisasi, serta mengurangi biaya agensi melalui peningkatan kepercayaan antara para pemangku kepentingan (Brown, 2025).

Integrasi kerangka KIF dan B-A-M menuntut terwujudnya tata kelola yang selaras dan terpadu. Pertama, *governance by design*, yakni nilai-nilai teologis dimasukkan secara formal dalam dokumen-dokumen dasar organisasi seperti anggaran dasar, kode etik, dan komite audit. Kedua, *incentive alignment* yang mengombinasikan metrik kinerja keuangan dengan dampak sosial dan lingkungan sebagai ukuran keberhasilan bisnis secara menyeluruh. Ketiga, *ethical risk management* dengan uji tuntas sosial-lingkungan serta pembatasan peluang bisnis yang bertentangan dengan nilai-nilai iman. Dengan tata kelola demikian, nilai-nilai teologis tidak hanya menjadi prinsip moral semu, melainkan bagian yang akuntabel, prosedural, dan operasional dalam organisasi bisnis (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Berbagai studi kasus membuktikan bahwa organisasi yang mengadopsi model ini cenderung mengimplementasikan *servant leadership* dengan struktur

yang empowering, memajukan inovasi, dan meningkatkan retensi karyawan. Praktik transparansi dalam pelaporan dampak sosial dan rantai pasok etis menjadi kunci membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat ekuitas merek usaha. Program tanggung jawab sosial yang berbasis komunitas efektif dalam menumbuhkan *license to operate* yang tahan terhadap krisis. Tren integrasi iman dan bisnis ini terbukti lintas konteks dan semakin berkembang sebagai paradigma bisnis masa depan yang berorientasi pada keberlanjutan dan keadilan sosial (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Kerangka ini memerlukan *theory of change* yang eksplisit dengan input seperti komitmen iman yang kuat, kompetensi manajerial yang mumpuni, dan komunitas pendukung sebagai basis sosialisasi nilai. Aktivitas utama berupa penyelarasan strategi bisnis dengan nilai-nilai iman serta pelatihan berkelanjutan. *Output*-nya berupa kebijakan dan produk berkelanjutan yang selaras dengan visi organisasi. *Outcome* yang diharapkan adalah peningkatan tingkat kepercayaan dan loyalitas dari para pemangku kepentingan, yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan komunitas dan kesehatan finansial organisasi secara berkelanjutan (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Pengukuran integrasi nilai teologi dan kewirausahaan diusulkan dilakukan melalui dashboard indikator holistik yang mencakup aspek finansial, sosial, lingkungan, dan etika/spiritual. Indikator kunci mencakup profitabilitas bisnis, indeks upah layak, intensitas emisi karbon, skor integritas, serta stakeholder trust index sebagai ukuran kepercayaan dan legitimasi sosial organisasi. Strategi ekosistem bisnis yang ideal meliputi konsorsium pemasok yang berbasis komunitas, kolaborasi erat dengan lembaga keagamaan dan universitas, serta penggunaan instrumen keuangan beretika seperti *impact investing* dan *social bonds*. Langkah ini mendukung ketahanan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan di era bisnis modern yang semakin kompleks (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Brown (2025) menambahkan bahwa model integrasi ini memberikan landasan psikologis penting bagi wirausahawan yang sering menghadapi stigma dan tantangan pasar, terutama mereka dari kelompok rentan kemiskinan. Model B-A-M, khususnya peran motivator intrinsik yang berasal dari iman, dapat menjadi sumber ketekunan dan harapan yang menjamin kelangsungan usaha walaupun dalam tekanan sosial-ekonomi. Dukungan sosial dari komunitas keagamaan dan mentor membantu menambah modal sosial yang diperlukan untuk memperkuat

jaringan dan akses pasar. Integrasi iman dan kewirausahaan menurut Brown ini juga mengurangi konflik internal dan biaya agen melalui penguatan kepercayaan dan budaya etis dalam organisasi (Brown, 2025).

Profil Wirausahawan dan Implementasi Nilai Teologis

Wirausahawan yang mengintegrasikan nilai-nilai teologis dalam praktik bisnisnya memperlihatkan identitas yang berbeda dari kawanan kewirausahaan konvensional. Mereka memandang bisnis bukan sekadar sebagai alat untuk mengakumulasi modal, melainkan sebagai panggilan hidup yang penuh makna moral dan spiritual. Aktivitas bisnis ini dilandasi oleh prinsip-prinsip etis yang bersumber dari iman, sehingga wirausahawan menjadi agen transformasi sosial yang berupaya mewujudkan kesejahteraan tidak hanya bagi diri sendiri, tetapi juga bagi masyarakat luas. Melalui integritas, keadilan, kasih, dan panggilan hidup sebagai pedoman, mereka menjalankan bisnisnya sebagai bentuk kesaksian iman yang konkret di tengah tantangan dunia usaha modern.

Integritas menjadi nilai fundamental yang menjiwai setiap keputusan bisnis yang diambil oleh wirausahawan berbasis teologi. Nilai ini tercermin dalam kejujuran, transparansi, dan penolakan terhadap praktik manipulatif atau curang yang bisa merusak reputasi dan kepercayaan. Contoh kongkret dari penerapan integritas adalah menjaga konsistensi kualitas produk meskipun harus menanggung biaya produksi yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan kesetiaan pada prinsip moral dan panggilan spiritual, di mana keuntungan finansial tidak mengesampingkan kejujuran dan tanggung jawab terhadap konsumen serta mitra bisnis (Ante and Sutrisno, 2025).

Nilai keadilan diwujudkan dalam kebijakan yang nyata seperti penetapan upah layak bagi karyawan dan perlakuan yang inklusif terhadap semua pekerja tanpa diskriminasi. Wirausahawan melihat pekerja sebagai pribadi yang bermartabat dengan hak dan kebutuhan yang harus dihormati. Pendekatan ini menimbulkan loyalitas karyawan yang tinggi serta membangun iklim kerja yang sehat dan produktif. Dalam lingkup hubungan bisnis, wirausahawan teologis bahkan menolak segala bentuk praktik korupsi demi menjaga legitimasi jangka panjang dan membangun pola kolaborasi yang adil dengan pesaing, menempatkan keadilan sebagai pondasi utama (Kustiadi and Natalino, 2024; Tarigan et al., 2024).

Kasih menjadi pusat dari etika bisnis yang dijalankan, yang tidak sekadar

bertumpu pada logika transaksi ekonomi, melainkan sebagai pengalaman relasional bermakna yang mendalam. Kasih diwujudkan melalui kepedulian sosial, keterlibatan aktif dalam pemberdayaan komunitas, serta amal sebagai sarana transformasi sosial yang membawa dampak positif dan keberlanjutan. Pelayanan kepada pelanggan pun tidak hanya dimaknai sebagai transaksi jual beli, tetapi sebagai ungkapan kasih yang meningkatkan loyalitas dan hubungan yang erat. Paradigma kewirausahaan ini menjadikan bisnis lebih manusiawi dan inklusif, yang keberhasilannya diukur dari dampak sosial dan kesejahteraan komunitas, bukan semata laba finansial (Kustiadi and Natalino, 2024; Ante and Sutrisno, 2025).

Paradigma kewirausahaan yang berlandaskan nilai teologis ini menghadirkan paradigma bisnis yang berwawasan manusiawi dan inklusif, menggeser fokus dari pencapaian finansial semata kepada penciptaan nilai sosial dan spiritual. Keberhasilan bisnis diukur tidak hanya dari segi keuntungan materi, melainkan juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan komunitas dan kualitas hubungan bisnis yang penuh kasih. Dengan prinsip ini, wirausahawan menjadi agen transformasi sosial yang melayani Tuhan dan sesama secara utuh, sekaligus memajukan keadilan dan kasih dalam ekosistem bisnis yang sehat dan etis (Tarigan et al., 2024; Ante and Sutrisno, 2025).

Secara praktis, wirausahawan teologis secara konsisten menerapkan nilai-nilai iman dalam kegiatan bisnisnya sehingga perilaku bisnis tidak semata ditentukan oleh logika pasar atau efisiensi ekonomi. Mereka menempatkan nilai-nilai spiritual di atas tekanan pasar yang serakah, termasuk menolak korupsi dan manipulasi demi legitimasi usaha yang langgeng serta mengutamakan strategi kolaboratif yang adil dan berkeadilan. Melalui pelayanan penuh kasih kepada pelanggan dan keterlibatan aktif dalam komunitas, bisnis mereka berfungsi tidak hanya sebagai unit ekonomi tetapi juga instrumen pembawa perubahan sosial dan moral (Tarigan et al., 2024; Kustiadi and Natalino, 2024).

Dengan demikian, wirausahawan yang mengintegrasikan nilai teologis dalam bisnisnya mempunyai ciri khas moral dan sosial-ekologis yang berbeda, menjadi agen transformasi yang membawa kontribusi positif bagi komunitas dan lingkungan. Paradigma ini tidak hanya relevan secara akademis, tetapi sangat aplikatif sebagai masa depan kewirausahaan modern yang berbasis panggilan hidup, integritas, keadilan, dan kasih (Ante and Sutrisno, 2025; Tarigan et al., 2024).

Pengaruh Teologi dalam Model Bisnis

Integrasi nilai teologi dalam model bisnis membuka paradigma baru yang tidak hanya berorientasi pada laba semata, melainkan menggeser fokus ke penciptaan nilai yang lebih komprehensif dan holistik, termasuk pelayanan kepada sesama. Paradigma ini menempatkan bisnis tidak hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai wahana untuk mewujudkan nilai-nilai spiritual dan sosial. Inovasi dalam bisnis yang berlandaskan teologi diarahkan pada solusi sosial utama, seperti pemberdayaan komunitas, peningkatan kualitas hidup masyarakat, dan pengembangan produk yang ramah lingkungan. Pendekatan ini mencerminkan tanggung jawab moral dan ekologi yang terintegrasi dalam kerangka bisnis modern, selaras dengan prinsip *triple bottom line* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet* (Portocarrero *et al.*, 2025).

Nilai spiritual dalam model bisnis menjadi pendorong penting bagi inovasi yang bermakna dan berorientasi pada panggilan moral yang lebih tinggi. Misalnya, inovasi teknologi yang ramah lingkungan dan distribusi produk berbasis keadilan sosial merupakan ekspresi dari nilai spiritual tersebut. Kerangka teologi memberikan panduan agar inovasi tidak hanya mengejar keuntungan pasar semata, tetapi juga menjaga keseimbangan yang harmonis antara kebutuhan pasar dan kemanusiaan. Dengan demikian, inovasi bisnis menjadi tindakan pelayanan yang merefleksikan panggilan iman dan komitmen etis pengusaha (Kustiadi and Natalino, 2024).

Nilai integritas dan keadilan merupakan pilar utama yang membangun kepercayaan pelanggan melalui transparansi dan komitmen sosial yang konsisten dalam praktik bisnis. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang kuat untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, bisnis yang mengadopsi budaya kerja inklusif menghargai keterlibatan karyawan sebagai mitra seajar, bukan sekadar tenaga kerja. Pendekatan inklusif ini menjaga stabilitas organisasi dan mendorong keberlanjutan jangka panjang melalui penghormatan terhadap martabat dan kontribusi setiap individu dalam perusahaan (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Integrasi nilai-nilai teologi dan spiritualitas dalam model bisnis juga memperlihatkan dampak sosial yang signifikan dan positif. Bisnis yang berorientasi pada spiritualitas tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomis, tetapi juga membawa manfaat jangka panjang bagi masyarakat luas melalui praktik

tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian, bisnis menjadi agen transformasi sosial yang mampu membangun kesejahteraan, keadilan sosial, dan pelestarian ciptaan. Paradigma bisnis semacam ini membuka peluang bagi model kewirausahaan yang lebih manusiawi, inklusif, dan berkelanjutan secara sosial maupun ekologis, selaras dengan panggilan iman dan nilai kerohanian (Sangwa and Mutabazi, 2025).

Tantangan dan Paradigma Baru

Integrasi antara teologi dan kewirausahaan menghadapi tantangan yang signifikan, terutama karena adanya ketegangan antara logika pasar yang berorientasi pada efisiensi dan profit dengan nilai-nilai iman yang menekankan keadilan, kasih, dan tanggung jawab sosial-ekologis. Dalam konteks pasar yang kompetitif, wirausahawan beriman sering kali dihadapkan pada dilema bagaimana menjaga komitmen pada nilai-nilai spiritual mereka sekaligus memenuhi tuntutan bisnis yang pragmatis. Konflik nilai ini tidak hanya menguji integritas pelaku usaha, tetapi juga memunculkan risiko distorsi moral dalam mengambil keputusan bisnis. Namun, tantangan ini dapat diatasi melalui pembentukan jaringan dukungan yang kuat, pendidikan kewirausahaan berbasis nilai, dan penerapan strategi kolaboratif yang memungkinkan nilai spiritual diintegrasikan secara nyata dalam praktik bisnis (Hasiholan & Taneo, 2019; Brown, 2025).

Paradigma baru yang muncul dari integrasi ini menolak dikotomi tradisional antara iman dan bisnis, dan justru menjembatani keduanya dalam praktek kewirausahaan yang memberikan dampak positif di tingkat sosial dan ekologis. Pendekatan ini memandang bisnis bukan sekadar sebagai alat untuk mengakumulasi modal, melainkan sebagai panggilan (*vocation*) yang memiliki tujuan mulia untuk melayani masyarakat dan membangun kesejahteraan bersama. Paradigma ini mengubah orientasi kewirausahaan sehingga fokus utama bukan hanya keuntungan finansial, tetapi juga nilai-nilai keadilan, kesetaraan, dan kepedulian terhadap lingkungan. Dengan demikian, bisnis diposisikan sebagai sarana untuk mewujudkan visi yang lebih holistik dan berkelanjutan (Hasiholan & Taneo, 2019; Brown, 2025).

Dalam menghadapi ketegangan tersebut, wirausahawan beriman didorong untuk mengadopsi paradigma bisnis yang berlandaskan pada prinsip keadilan sosial dan tanggung jawab ekologis. Paradigma baru ini menekankan pentingnya

menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi dengan dimensi etika dan spiritual dalam setiap tahap pengambilan keputusan. Melalui pendidikan yang berkelanjutan dan jaringan komunitas yang mendukung, wirausahawan dapat menguatkan komitmen moral mereka dalam menghadapi dinamika pasar yang seringkali menekan untuk mencapai target bisnis tanpa kompromi terhadap nilai-nilai iman. Pendekatan kolaboratif juga memperkuat kapasitas wirausahawan untuk menerapkan inovasi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membawa manfaat sosial dan ekologis yang berkelanjutan (Hasiholan & Taneo, 2019; Brown, 2025).

Paradigma baru ini membawa implikasi penting dalam cara bisnis dijalankan, di mana setiap aktivitas kewirausahaan dipandang sebagai bentuk pelayanan yang bernilai spiritual dan sosial. Kewirausahaan berbasis iman bukan hanya soal pencapaian keuntungan, melainkan juga tentang bagaimana bisnis dapat menjadi agen transformasi yang membawa dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Pendekatan ini menumbuhkan cara pandang bahwa bisnis adalah ladang panggilan (*vocation*) yang memiliki tujuan untuk membangun kesejahteraan bersama dan keadilan sosial, sekaligus menjaga kelestarian ciptaan. Dengan model ini, wirausahawan tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga penyalur nilai-nilai spiritual yang merefleksikan kasih dan tanggung jawab kepada sesama dan bumi (Hasiholan & Taneo, 2019; Brown, 2025).

KESIMPULAN

Tulisan ini menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai teologi dalam kewirausahaan modern mampu membangun paradigma bisnis yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan. Nilai-nilai teologi seperti integritas, keadilan, kasih, dan panggilan hidup menjadi landasan moral yang kokoh dalam pengambilan keputusan bisnis. Paradigma kewirausahaan berbasis spiritualitas ini memperluas fokus *triple bottom line* (*profit, people, planet*) dengan menambahkan dimensi spiritualitas, yang berdampak positif pada inovasi ramah lingkungan, loyalitas konsumen dan karyawan, serta peran sosial bisnis dalam komunitas. Dengan demikian, kewirausahaan berbasis teologi tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga praktis sebagai agen transformasi sosial dan pelestarian ciptaan.

Bisnis modern yang mengadopsi nilai-nilai teologis melihat kewirausahaan

bukan hanya sebagai sarana pencapaian keuntungan finansial, melainkan juga sebagai panggilan hidup (*vocatio*) dan ladang pelayanan kepada sesama dan lingkungan. Model integrasi teologi dan kewirausahaan menegaskan pentingnya kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*), yang mendorong tanggung jawab sosial dan memberdayakan semua elemen dalam organisasi. Pendekatan ini menggeser paradigma bisnis dari fokus semata pada efisiensi dan akumulasi modal menuju keseimbangan dengan nilai keadilan sosial dan kasih. Wirausahawan yang beriman cenderung lebih berintegritas, transparan, dan peduli pada keberlanjutan, sehingga membangun legitimasi dan kepercayaan yang kuat dari pemangku kepentingan.

Meskipun menghadapi tantangan nyata berupa ketegangan antara logika pasar dan nilai-nilai spiritual, paradigma baru ini menjadi pijakan moral dan strategis bagi para wirausahawan dalam menjalankan bisnis. Melalui pendidikan berkelanjutan, pembentukan jaringan komunitas, dan penerapan tata kelola yang inklusif dan akuntabel, nilai-nilai teologis dapat diintegrasikan secara nyata dalam praktik kewirausahaan. Paradigma ini mengarahkan bisnis untuk tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan juga menumbuhkan kesejahteraan sosial, keadilan, dan pelestarian lingkungan sebagai bagian dari tujuan utama. Dengan demikian, usaha yang berlandaskan teologi mampu menjadi agen perubahan sosial yang berkelanjutan dan manusiawi.

REFERENSI

- Altman, Y., et al. (2021) *Workplace Spirituality: Making A Difference*, De Gruyter, Berlin/Boston.
- Ante, D. and Sutrisno, S. (2025) 'Business Ethics from a Theological Perspective', *Journal of Religious and Socio-Cultural*, 6 (1), pp. 14–32. Available at: <https://doi.org/10.46362/jrsc.v6i1.282>.
- Bowen, Glenn, A. (2009) 'Document Analysis as a Qualitative Research Method', *Qualitative Research Journal*, 9(2), pp. 27–40.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

- Brown, T. (2025) *Faith and Entrepreneurial Decision-Making: Case Experiences with People in Poverty Circumstances in De Gruyter Handbook of Poverty, Disadvantage and Entrepreneurship*, De Gruyter Brill. Available at: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9783111215013-016/html?lang=en>.
- Hasiholan, A. M., & Taneo, A. Y. (2019). Usahakanlah kesejahteraan kota ke mana kamu aku buang. In P. C. D. Maiaweng, R. Iwamony, & L. E. Simbolon (Eds.), *Prosiding Konsultasi Nasional Mahasiswa Teologi di Indonesia 2017* (pp. 164–174). Perhimpunan Sekolah-sekolah Teologi di Indonesia.
- Kustiadi, J. and Natalino, R.S. (2024) 'Entrepreneurship dalam Pelayanan Gereja: Analisa Peran Entrepreneurship bagi Pelayanan Gereja Berdasarkan Kisah Para Rasul', *Teologis, Relevan, Aplikatif, Cendikia, Kontekstual*, 03(01). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.61660/track.v3i1.173>.
- McVea, J.F. and Naughton, M.J. (2021) 'Enriching social entrepreneurship from the perspective of catholic social teaching', *Religions*, 12(3). Available at: <https://doi.org/10.3390/rel12030173>.
- Musallam, A.H. and Kamarudin, S. (2021) 'Religiosity and entrepreneurship: A systematic review and future research lines', *Estudios de Economia Aplicada*, 39(4), pp. 1–13. Available at: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4171>.
- Natalino, R.S. and Lukito, A.D. (2025) 'Hikmat Pemimpin: Analisa tentang Hikmat Pemimpin Berdasarkan 1 Raja-Raja 3:3-15 dan Implementasinya dalam Dunia Bisnis', *Teologis, Relevan, Aplikatif, Cendikia, Kontekstual*, 04(01). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.61660/track.v4i1.207>.
- Neubert, M.J. and Dougherty, K.D. (2015) 'Integrating Faith and Work', *Christian Reflection*, 56(September), pp. 67–74.
- Pavlovich, K. and Markman, G. (2021) 'Introduction - Spirituality, Entrepreneurship and Social Change', *World Scientific Encyclopedia of Business Sustainability, Ethics and Entrepreneurship: Volume 1: Environmental and Social Entrepreneurship Volume 2: Sustainable Development Goals (SDGs) Volume 3: Spirituality, Entrepreneurship and Social Change*, pp. 1–22. Available at: https://doi.org/10.1142/9789811248887_0001.

- Portocarrero, F.F. et al. (2025) 'The Affective Revolution in Entrepreneurship: An Integrative Conceptual Review and Guidelines for Future Investigation', *Journal of Management*, 51(6), pp. 2419–2459. Available at: <https://doi.org/10.1177/01492063241303101>.
- Rae, D. (2019) *Opportunity-Centred, Entrepreneurship*, Pallgrave, London.
- Rietveld, C.A. and Hoogendoorn, B. (2022) 'The mediating role of values in the relationship between religion and entrepreneurship', *Small Business Economics*, 58(3), pp. 1309–1335. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00454-z>.
- Sangwa, S. And Mutabazi, P. (2025) 'Integrating Christian Faith and Ethics into Global Business: A Biblical Framework for Leadership, Culture, and Decision-Making', *SSRN Electronic Journal* [Preprint], (June). Available at: <https://doi.org/10.2139/ssrn.5279211>
- Schumpeter, J.A. (2021) *The Theory of Economic Development*, 1st published in Routledge Classics, Oxon.
- Sengkey, A. (2024) "Implementasi Teologi Kewirausahaan Sebagai Upaya Transformasi Sosial Di Jemaat Gki Tp Banjar Ausoy", *Pute Waya: Sociology of Religion Journal*, 5(1), pp. 40-55. Available at: <https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/puteway/article/view/1899> (Accessed: 26August2025).
- Shepherd, D.A. and Patzelt, H. (2021) *Entrepreneurial Strategy: Starting, Managing, and Scaling New Ventures*. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-78935-0>.
- Smith, B.R., McMullen, J.S. and Cardon, M.S. (2021) 'Toward a theological turn in entrepreneurship: How religion could enable transformative research in our field', *Journal of Business Venturing*, 36(5), p. 106139. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106139>.
- Stückelberger, C. et al. (2016) *Entrepreneurs with Christian Values*. Globethics.net. Available at: <https://doi.org/10.58863/20.500.12424/164879>.
- Tarigan, I.S. et al. (2024) 'Social Enterpreneurship: Upaya Peningkatan Skill Mahasiswa Teologi dalam Pelayanan Holistik', *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), pp. 419–432. Available at: <https://doi.org/10.62775/edukasia.v5i1.781>.

Yin, R. K. (2018) *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Yolac, S. (2018) 'Innovation and entrepreneurship', *Emerging Trends in Business: An Interdisciplinary Approach*, pp. 59–75. Available at: <https://doi.org/10.5817/cz.muni.p280-0197-2022-20>.