RERUM: Journal of Biblical Practice
Vol.6, No.2 (October 2026): 52-79
https://doi.org/10.55076/rerum.v6i2.660

Theopreneurship: Kerangka Teologis Integratif untuk Merekonstruksi Kewirausahaan sebagai Partisipasi dalam *Missio Dei*

Freddy Suyapto[1]
Sekolah Tinggi Teologi Moriah, Tangerang, Indonesia[1]
Email: freddysuyapto@gmail.com[1]

Submitted: July 21, 2026 *Accepted: Augst 11, 2026* *Published: October, 2026*

Abstract

Scholarship at the intersection of theology and entrepreneurship has grown along several lines—Christian Entrepreneurship, Business as Mission (BAM), Marketplace Ministry, Faith-Based Entrepreneurship, Theology of Work, and Catholic Social Teaching (CST). Much of it, however, stays on ethical, practical, or functional ground and never reaches the more basic question: what is the ontological basis of entrepreneurship from a Christian perspective? This study addresses that gap by formulating an Integrative Theological Framework for Theopreneurship. Using a qualitative method and conceptual reconstruction, it rereads the doctrine of creation alongside Imago Dei, the cultural mandate, vocation, stewardship, creativity, leadership, innovation, and Missio Dei, and arranges them into four interdependent, hierarchical dimensions: ontological, normative, operational, and missional. The finding is that theopreneurship is neither entrepreneurship with a Christian label nor a tool for church ministry. It is a theological framework that places entrepreneurship within the Gospel of the Kingdom—the extension of God's rule over all creation—rather than reducing it to individual access to salvation. The study makes three contributions: a coherent, layered conceptual framework; a shift of focus from "how Christians do business" to "why human beings have the capacity for it"; and a theoretical basis for empirical research, theological education, and cross-cultural, cross-denominational practice.

Keywords: *Theopreneurship; Imago Dei; Missio Dei; Cultural Mandate; Christian Entrepreneurship.*

Abstrak

Kajian tentang teologi dan kewirausahaan sudah cukup lama berjalan melalui beberapa arus, seperti *Christian Entrepreneurship*, *Business as Mission (BAM)*, *Marketplace Ministry*, *Faith-Based Entrepreneurship*, *Theology of Work*, dan *Catholic Social Teaching (CST)*. Sayangnya, sebagian besar literatur di arus-arus itu masih berkutat pada soal etika, praktik, atau fungsi, dan belum sampai pada pertanyaan yang lebih mendasar: apa dasar ontologis kewirausahaan dalam perspektif Kristen? Penelitian ini hendak menutup celah tersebut dengan merumuskan Kerangka Teologis Integratif Theopreneurship. Melalui metode kualitatif dan rekonstruksi konseptual, penelitian ini membaca ulang doktrin penciptaan bersama *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, dan *Missio Dei*, lalu menyusunnya menjadi empat dimensi yang saling bertingkat: ontologis, normatif, operasional, dan misioner. Temuannya, *theopreneurship* bukan kewirausahaan berlabel Kristen atau alat pelayanan gereja. Ia adalah kerangka teologis yang menempatkan kewirausahaan sebagai bagian dari Gospel of the Kingdom, yakni meluasnya pemerintahan Allah atas seluruh ciptaan, bukan sekadar jalan masuk keselamatan pribadi. Ada tiga sumbangan: kerangka konseptual yang runtut dan bertingkat; pergeseran fokus dari "bagaimana orang Kristen berwirausaha" ke "mengapa manusia punya kapasitas untuk itu"; serta pijakan teoretis bagi penelitian empiris, pendidikan teologi, dan praktik lintas budaya dan denominasi.

Kata Kunci: *Theopreneurship*; *Imago Dei*; *Missio Dei*; Mandat Budaya; Kewirausahaan Kristen.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah berkembang menjadi bidang kajian multidisipliner yang diakui luas dalam ekonomi, manajemen, sosiologi, psikologi, dan studi organisasi, dan penciptaan nilai di dalamnya kini tidak lagi terbatas pada dimensi finansial melainkan juga mencakup dampak sosial, budaya, dan organisasi. Aktivitas wirausaha karena itu menyentuh identitas, panggilan, dan tanggung jawab moral pelakunya,[1] sehingga tidak

[1] Onnolee Anne Nordstrom, Edward McKeever, and Alistair R. Anderson, *Piety and Profit; the Moral Embeddedness of an Enterprising Community*, June 2020, https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1781935.

dapat direduksi menjadi kategori ekonomi semata. Persoalannya, kajian kewirausahaan modern justru mengabaikan dimensi religius: Smith, McMullen, dan Cardon menegaskan bahwa meskipun agama berperan penting bagi jutaan wirausaha, aspek tersebut nyaris tidak diperhitungkan, sehingga diperlukan "*theological turn*" dalam penelitian kewirausahaan.[2]

Teologi telah menanggapi hal itu melalui beberapa pendekatan. Christian Entrepreneurship menekankan etika Kristen dalam berbisnis;[3] *Business as Mission (BAM)* menempatkan bisnis sebagai sarana misi, yang sejak konferensi Pattaya 2004 diakui secara internasional dan dirumuskan dalam lima pilar—swadana, digerakkan kaum awam, bertujuan jelas, holistik, dan lintas budaya;[4] *Marketplace Ministry* menghapus dikotomi pekerjaan sakral dan sekuler;[5] *Faith-Based Entrepreneurship* menyoroti pengaruh iman pada motivasi, keputusan, dan perilaku etis wirausaha;[6] *Theology of Work* menempatkan pekerjaan dalam panggilan Allah;[7] dan *Catholic Social Teaching (CST)*, melalui *Vocation of the Business Leader (VBL)*, meletakkan bisnis pada prinsip martabat manusia, kebaikan bersama, solidaritas, dan subsidiaritas.[8] Pendekatan-pendekatan ini memperkaya kajian, tetapi berbagi satu keterbatasan: semuanya bertolak dari praktik bisnis yang kemudian diberi perspektif teologis, sehingga belum menjawab pertanyaan yang lebih mendasar, yaitu mengapa manusia memiliki kapasitas untuk berwirausaha.

Kesenjangan itu menjadi lebih jelas ketika model-model *theopreneurship* yang telah ada dibandingkan secara eksplisit. Perbandingan di sini memakai empat kriteria—titik

[2] Brett R. Smith, Jeffery S. McMullen, and Melissa S. Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field," *Journal of Business Venturing* 36, no. 5 (July 2021): 106139–106139, https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106139.

[3] Roida Harianja, Parlaungan Nainggolan, and Riodinar Harianja, "From Profit to Mission: An Exegesis of Acts 18:1-5 and the Biblical Foundations of Christian Entrepreneurship in the Online Economy," *International Journal of Contemporary Sciences* 4, no. 2 (March 2026): 1037–52, https://doi.org/10.55927/ft95ft12.

[4] Steven Rundle, "'Business as Mission (BAM)' Hybrids: A Review and Research Agenda," *The journal of Biblical Integration in Business.* 15, no. 1 (December 1969), https://doi.org/10.69492/jbib.v15i1.172.

[5] Anto Popović, "Il Compito, Il Permesso, Il Divieto e La Punizione (Gen 2,15-17)," *Liber Annuus* 71 (January 2021): 9–45, https://doi.org/10.1484/J.LA.5.130751.

[6] Juliana Siwale et al., "Toward Understanding the Dynamics of the Relationship between Religion, Entrepreneurship and Social Change: Empirical Findings from Technology-Savvy African Immigrants in UK," *Nottingham Trent University's Institutional Repository (Nottingham Trent Repository)* 186 (November 2022): 122153–122153, https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122153.

[7] Timothy Keller and Katherine Leary Alsdorf, *Every Good Endeavor* (New York, USA: Riverhead Books, 2012).

[8] André Azevedo Alves and Philip Booth, "Virtues, Vices and the Responsibilities of Business: An Application of Catholic Social Teaching (CST) to the Problems of Corruption and Lobbying," *Religions* 13, no. 11 (November 2022): 1070–1070, https://doi.org/10.3390/rel13111070.

berangkat konseptual, struktur model, subjek yang dituju, dan orientasi output (lihat Tabel 1). Sihite dan Mendrofa mendefinisikan *theopreneurship* sebagai mandat teologis bagi gembala untuk mengelola potensi diri dan jemaat demi kemandirian finansial gereja perintisan, dengan *theopreneur* berperan sebagai hamba (*doulos*, *huperetes*) sekaligus penatalayan (*oikonomos*).[9] Model ini kuat secara pastoral-praktis, tetapi berangkat dari identitas pastoral, bukan dari doktrin penciptaan, dan tidak menyusun lapisan hierarkis yang menghubungkan *Imago Dei*, mandat budaya, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, dan *Missio Dei*. Lee mengintegrasikan teologi dan kewirausahaan melalui delapan pasangan prinsip teologis—dari Visi Ilahi/Konstruksi Peluang hingga Prinsip Sabat/Pembaruan Kewirausahaan—yang menjembatani narasi penciptaan dengan perilaku organisasi Kristen.[10] Sumbangannya penting sebagai prinsip normatif, tetapi yang ditawarkan masih berupa pasangan prinsip untuk membingkai perilaku, bukan arsitektur hierarkis yang memperlihatkan urutan konstitutif dari fondasi ontologis hingga orientasi misioner.

Tabel 1. Perbandingan Model *Theopreneurship* Sihite dan Mendrofa, Lee dan Penelitian Ini.

Aspek	Sihite & Mendrofa	Lee	Penelitian Ini
Tujuan	Membangun wacana *theopreneurship* dalam konteks kemandirian finansial gereja perintisan	Mengembangkan prinsip-prinsip teologis bagi praktik *theopreneurship*	Mengembangkan Kerangka Teologis Integratif *Theopreneurship*
Subjek	Hamba Tuhan/gembala gereja perintisan	Wirausahawan Kristen kontemporer	Setiap manusia sebagai *Imago Dei*

[9] Franseda Sihite and Henny P. Mendrofa, "Theopreneurship Dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan," *Epigraphe: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani* 6, no. 1 (June 2022): 76–88, https://doi.org/10.33991/epigraphe.v6i1.354.

[10] Taehyun Lee, "Created to Create: Entrepreneurial Behavior Reflecting Divine Creative Patterns," *Journal of Management Spirituality & Religion*, ahead of print, January 2026, https://doi.org/10.51327/llgx8563.

Fondasi Konseptual	Identitas pastoral + penatalayanan (*oikonomos*)	Delapan pasangan prinsip teologis	Doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya
Struktur Model	Kerangka pastoral-praktis	Delapan pasangan prinsip teologis	Empat dimensi hierarkis yang saling terintegrasi
Orientasi Output	Kemandirian finansial gereja	Pedoman normatif untuk praktik organisasi Kristen	Partisipasi dalam *Missio Dei* untuk transformasi holistik
Kontribusi	Sumbangan pastoral-praktis di gereja perintisan Indonesia	Pedoman konseptual bagi praktik *theopreneurship*	Model integratif dari fondasi ontologis hingga implementasi misioner

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan Sihite dan Mendrofa, Lee, dan hasil penelitian ini.

Tradisi di atas dan kedua model tersebut memperkaya kajian *theopreneurship* dari sudut yang berbeda-beda, namun belum ada satu bangunan teologis yang secara sistematis menghubungkan doktrin penciptaan, *Imago Dei,* mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei* dalam satu kerangka hierarkis yang dimulai dari fondasi ontologis.[11] Celah inilah yang hendak diisi penelitian ini. Perlu ditegaskan bahwa istilah *theopreneurship* sudah dipakai dalam beberapa literatur sebelumnya, sehingga orisinalitas tulisan ini bukan pada penemuan istilah, melainkan pada rekonstruksi konseptual di atas bangunan teologi penciptaan.

Perspektif yang paling kurang dieksplorasi secara sistematis justru fondasinya: teologi penciptaan. Manusia diciptakan menurut gambar Allah dan menerima mandat budaya untuk mengelola ciptaan melalui penatalayanan yang bertanggung jawab; perintah dalam Kejadian 1:26–28, yang ditegaskan kembali dalam Kejadian 9:1, berlaku bagi setiap manusia sebagai wakil seluruh umat manusia dan ciptaan. Kgatla dan

[11] Marcus Dejardin et al., "Coupling Engagement with Analytical Rigor: Advancing Research on Religion and Entrepreneurship Using a Mechanism-Based Approach," *Small Business Economics* 62, no. 4 (April 2024): 1273–84, https://doi.org/10.1007/s11187-023-00837-4.

Kamukwamba menegaskan bahwa narasi penciptaan dibuka dengan pernyataan yang kuat, "Pada mulanya Allah menciptakan langit dan bumi," yang menempatkan Allah sebagai pusat karya penciptaan.[12]

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan membangun Kerangka Teologis Integratif *Theopreneurship* melalui rekonstruksi konseptual atas hubungan doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei*, sekaligus menjadi landasan bagi penelitian empiris lanjutan. Kontribusi yang ditawarkan bersifat tiga lapis. Pertama, kontribusi teoretis: pengembangan kerangka integratif yang menjelaskan kewirausahaan sebagai ekspresi *Imago Dei* dalam *Missio Dei* secara hierarkis. Kedua, kontribusi konseptual: rekonstruksi hubungan antar doktrin dalam satu bangunan teori yang koheren.[13] Ketiga, kontribusi praktis: landasan konseptual bagi gereja, lembaga pendidikan teologi, organisasi Kristen, dan penelitian empiris, melalui paradigma yang tidak lagi bertanya bagaimana orang Kristen menjalankan bisnis melainkan mengapa manusia memiliki kapasitas untuk itu dalam terang teologi penciptaan.[14]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konseptual yang bertujuan membangun kerangka teoretis baru melalui analisis kritis, sintesis konseptual, dan rekonstruksi teori berdasarkan literatur relevan. Berbeda dengan penelitian empiris, penelitian konseptual menghasilkan pengembangan teori melalui evaluasi kritis terhadap konsep yang telah ada, identifikasi kesenjangan konseptual, dan penyusunan hubungan baru antar konsep.[15] Kerangka konseptual dipahami sebagai jaringan konsep saling terkait yang menyintesis pengetahuan lintas disiplin dan menstrukturkan interpretasi fenomena secara bertahap, dengan prosedur

[12] Selaelo T. Kgatla and Derek Gary Kamukwamba, "Mission as the Creation of a God-Ward Culture: A Critical Missiological Analysis," *Verbum et Ecclesia* 40, no. 1 (October 2019), https://doi.org/10.4102/ve.v40i1.1911.

[13] Collium Banda, "Doctrine as Security? A Systematic Theological Critique of the Operational Theological Framework of the Controversial South African Neo-Pentecostal Prophets," *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 77, no. 4 (July 2021), https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.6579.

[14] Smith, McMullen, and Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field."

[15] Rodrigo Duarte Soliani et al., *Conceptual Framework Development: A Systematic Review and an Integrative Methodological Pathway*, March 2026, https://doi.org/10.1590/scielopreprints.15335.

penyusunannya mengikuti langkah pembangunan kerangka konseptual yang menekankan pemahaman konseptual daripada prediksi.[16]

Kriteria pemilihan literatur. Literatur ditelusuri secara purposif pada *Google Scholar*, *DOAJ*, *Scopus*, dan Garuda (untuk publikasi berbahasa Indonesia), dengan kata kunci "*theopreneurship*", "*Imago Dei and entrepreneurship*", "*theology of work*", "*Business as Mission (BAM)*", "*Missio Dei*", "mandat budaya", dan "kewirausahaan Kristen". Rentang publikasi dibatasi pada 2010–2026 agar mencerminkan perkembangan mutakhir, dengan pengecualian bagi karya yang menjadi acuan dasar (misalnya Drucker 1986; Keller dan Alsdorf 2012). Setiap sumber dievaluasi berdasarkan kredibilitas penerbit atau jurnal, relevansi dengan pertanyaan penelitian, keterwakilan tradisi teologis, dan kontribusi konseptualnya bagi integrasi yang dibangun.

Kedudukan prosedur teorisasi. Penelitian ini tidak mengembangkan teori dari pengodean data empiris. Karena itu prosedur teorisasi yang lentur—yang biasa dikaitkan dengan *grounded theory*—di sini berfungsi sebagai orientasi dalam membaca literatur secara iteratif: bergerak bolak-balik antara teks, konsep, dan kerangka yang sedang dibangun, sehingga hubungan antar konsep benar-benar berakar pada sumber dan bukan sekadar deduksi dari asumsi penulis. Penelitian ini tidak dimaksudkan menguji hipotesis empiris, melainkan menghasilkan bangunan konseptual yang koheren dan menjelaskan hubungan ontologis, normatif, operasional, dan misioner secara hierarkis dan sistematis.

Tahapan penelitian. Penelitian dilaksanakan melalui lima tahap yang saling bergantung. Tahap pertama, identifikasi kesenjangan konseptual melalui penelaahan terhadap *Christian Entrepreneurship*, *BAM*, *Marketplace Ministry*, *Faith-Based Entrepreneurship*, *Theology of Work*, serta kajian panggilan, penatalayanan, dan kepemimpinan Kristen.[17] Tahap kedua, telaah literatur secara purposif atas karya teologi sistematika, biblika, teologi kerja, kepemimpinan Kristen, kewirausahaan, dan misi. Tahap ketiga, analisis komparatif yang membandingkan asumsi teologis, fokus, ruang lingkup, dan implikasi praktis masing-masing pendekatan.[18] Tahap keempat, sintesis

[16] Yosef Jabareen, "Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure," *International Journal of Qualitative Methods* 8, no. 4 (December 2009): 49–62, https://doi.org/10.1177/160940690900800406.

[17] Smith, McMullen, and Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field."

[18] Rundle, "'Business as Mission (BAM)' Hybrids: A Review and Research Agenda."

konseptual yang menyusun doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei* ke dalam kerangka yang menjelaskan keempat dimensi secara koheren. Tahap kelima, rekonstruksi teori yang membangun Kerangka Teologis Integratif *Theopreneurship* sebagai formulasi baru, bukan sekadar rangkuman literatur.[19]

Kriteria validasi kerangka. Karena penelitian ini konseptual dan tidak menguji hipotesis empiris, validitas kerangka dinilai melalui tiga kriteria: (1) koherensi internal, yaitu tidak adanya kontradiksi antar hubungan konsep; (2) konsistensi biblika-teologis, yaitu keselarasan setiap hubungan dengan teks Alkitab dan tradisi teologis yang dirujuk; dan (3) daya penjelas, yaitu kemampuan kerangka menjelaskan hubungan ontologis, normatif, operasional, dan misioner secara hierarkis. Triangulasi konseptual dilakukan dengan membandingkan perspektif *Reformed*, Injili, *Catholic Social Teaching (CST)*, dan Pentakosta;[20] setiap hubungan antar konsep dibangun berdasarkan argumentasi teologis yang konsisten, koheren secara internal, dan terbuka terhadap evaluasi ulang melalui penelitian empiris lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Kajian Teologi dan Kewirausahaan

Hubungan antara teologi dan kewirausahaan berkembang pesat dalam tiga dekade terakhir, ditandai makin banyaknya penelitian yang menghubungkan iman Kristen dengan aktivitas ekonomi, dunia kerja, kepemimpinan, dan kewirausahaan. Smith, McMullen, dan Cardon menekankan bahwa meskipun agama memiliki relevansi besar bagi jutaan orang di seluruh dunia, penelitian kewirausahaan kontemporer justru mengabaikan dimensi religius, sehingga diperlukan pendekatan teologis yang sistematis.[21] Aktivitas kewirausahaan modern dengan demikian tidak lagi berdiri di luar

[19] Collium Banda, "Propagating Afro-Pessimism? The Power of Neo-Pentecostal Prophetic Objects on Human Agency and Transcendence in Africa," *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 56, no. 1 (August 2022), https://doi.org/10.4102/ids.v56i1.2845.

[20] Stephanie Ann Puen, "Addressing the Anthropology of Business Ethics: Insights from Catholic Social Thought," *The Institutional Repository at DePaul University (DePaul University)* 4, no. 1 (January 2019): 8.

[21] Smith, McMullen, and Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field."

iman pelakunya, melainkan menjadi arena tempat iman dan pekerjaan konkret berinteraksi terus-menerus.[22]

Dalam literatur kewirausahaan modern, aktivitas wirausaha umumnya dipahami sebagai proses mengenali peluang, mengorganisasi sumber daya, mengembangkan inovasi, dan menciptakan nilai bagi individu maupun masyarakat, dengan inovasi dan penciptaan nilai sebagai karakteristik utama.[23] Pendekatan ini umumnya bersifat ekonomis dan belum menjelaskan dasar ontologis kemampuan manusia untuk berinovasi, sehingga terbuka ruang bagi kontribusi teologis untuk menjawab pertanyaan "mengapa" kapasitas itu ada.[24]

Kajian teologi sendiri melahirkan berbagai pendekatan. *Christian Entrepreneurship* menekankan bahwa kewirausahaan harus dijalankan berdasarkan prinsip etika Kristen seperti kejujuran, keadilan, kasih, tanggung jawab, dan integritas, dengan keberhasilan tidak hanya diukur secara finansial melainkan melalui kesetiaan pada nilai-nilai Alkitab.[25] *Business as Mission (BAM)* menempatkan bisnis sebagai sarana pelaksanaan misi Allah: pemberdayaan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pembangunan komunitas, dan pemberitaan Injil. Konsensus tentang definisi *BAM* berkembang menjadi lima pilar: swadana, digerakkan oleh kaum awam, bertujuan jelas (*intentional*), holistik, dan lintas budaya.[26] Ward menambahkan bahwa *BAM* merupakan subkategori *Social Entrepreneurship* yang melakukan inovasi budaya dari sebuah perspektif Kristen.[27] *Marketplace Ministry* menekankan bahwa setiap profesi merupakan ruang pelayanan kepada Allah dan berusaha menghapus dikotomi pekerjaan sekuler versus pelayanan gerejawi; Popović menyoroti bahwa dalam Kejadian 2:15 dua kata Ibrani, *abad* (bekerja/melayani) dan *shamar* (memelihara/menjaga perintah-Nya), menunjukkan tidak ada pemisahan antara pekerjaan sakral dan sekuler.[28] *Faith-Based*

[22] Brett Smith, Ali Aslan Gümüsay, and David M. Townsend, "Bridging Worlds: The Intersection of Religion and Entrepreneurship as Meaningful Heterodoxy," *Journal of Business Venturing Insights* 20 (November 2023): e00406, https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00406.

[23] Peter F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* (London: Cavaye Place: Pan Books Ltd., 1986).

[24] Dejardin et al., "Coupling Engagement with Analytical Rigor."

[25] Harianja, Nainggolan, and Harianja, "From Profit to Mission: An Exegesis of Acts 18:1-5 and the Biblical Foundations of Christian Entrepreneurship in the Online Economy."

[26] Rundle, "'Business as Mission (BAM)' Hybrids: A Review and Research Agenda."

[27] Ben Ward, "Thy Kingdom Come in BAM as It Is in Heaven: Implications on Defining the Kingdom of God in BAM Businesses," *Religions* 12, no. 8 (July 2021): 557–557, https://doi.org/10.3390/rel12080557.

[28] Popović, "Il Compito, Il Permesso, Il Divieto e La Punizione (Gen 2,15-17)."

Entrepreneurship menyoroti bagaimana keyakinan religius memengaruhi motivasi, orientasi hidup, pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan perilaku etis seorang wirausahawan: agama membentuk perilaku bisnis dengan memperkuat komitmen organisasi, menyediakan strategi dan ritus untuk menghadapi peristiwa sulit, mengatur serta mengarahkan emosi, memotivasi ketekunan, dan mendorong perilaku etis.[29] Smith dan rekan menjelaskan bahwa identitas relasional dengan Allah berfungsi sebagai kekuatan penyeimbang terhadap identitas kewirausahaan ketika terjadi ancaman identitas, sehingga menghasilkan stabilitas identitas sekaligus mendorong ketekunan dalam berwirausaha.[30] *CST*, khususnya melalui refleksi *VBL*, mengembangkan dasar ontologis yang memandang bisnis sebagai panggilan yang berakar pada prinsip martabat manusia, kebaikan bersama, solidaritas, dan subsidiaritas.[31] Athota dan rekan menegaskan bahwa *CST* menawarkan sistem normatif yang bukan hanya meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga memperkuat ikatan sosial sebagai fondasi bagi perekonomian yang sehat dan berkelanjutan.[32] Tradisi Pentakostal-Karismatik melengkapinya dengan menekankan karya Roh Kudus yang membangkitkan pemimpin berkarisma, sekaligus kebutuhan akan integritas dan tata kelola kepemimpinan yang sehat.[33]

Meskipun kontribusi-kontribusi tersebut nyata, belum ada bangunan teologis yang secara sistematis menyatukan seluruh elemen tersebut ke dalam satu kerangka hierarkis dimulai dari doktrin penciptaan. Dengan demikian, penelitian ini tidak lagi bertanya bagaimana orang Kristen menjalankan kewirausahaan, melainkan mengapa manusia memiliki kapasitas untuk berwirausaha menurut teologi Kristen—pergeseran yang menjadi dasar rekonstruksi *Theopreneurship* sebagai kerangka teologis integratif.

[29] Siwale et al., "Toward Understanding the Dynamics of the Relationship between Religion, Entrepreneurship and Social Change: Empirical Findings from Technology-Savvy African Immigrants in UK."

[30] Brett R. Smith et al., "Navigating the Highs and Lows of Entrepreneurial Identity Threats to Persist: The Countervailing Force of a Relational Identity with God," *SPIRE - Sciences Po Institutional REpository* 38, no. 4 (May 2023): 106317–106317, https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106317.

[31] Alves and Booth, "Virtues, Vices and the Responsibilities of Business: An Application of Catholic Social Teaching (CST) to the Problems of Corruption and Lobbying."

[32] Vidya S. Athota, Ignacio Ferrero, and Priyan Max Jeganathan, "Building a World Through Binding Ethics and Moral Traditions: Catholic Social Teaching (CST) and Virtue Ethics in Business Ethics," *Business Ethics the Environment & Responsibility*, ahead of print, December 2025, https://doi.org/10.1111/beer.70069.

[33] Minggus Minarto Pranoto, "Sisi Gelap Kepemimpinan Pentakostal-Karismatik," *Gema Teologika Jurnal Teologi Kontekstual Dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (October 2020): 175–175, https://doi.org/10.21460/gema.2020.52.583.

Rekonstruksi *Theopreneurship* sebagai Kerangka Teologis Integratif

Sumbangan paling awal terhadap pemakaian istilah *theopreneurship* dalam literatur Kristen berbahasa Indonesia muncul dari Sudibjo, yang memperkenalkan konsep ini sebagai kerangka bagi pengerja gerakan Pentakostal di Indonesia untuk melihat wirausaha sebagai bagian dari penatalayanan atas talenta dan sumber daya yang Allah percayakan.[34] Dari perspektif *Reformed*, van der Kooi dan Rietveld menelaah penggunaan metafora kewirausahaan untuk memahami karya Allah Tritunggal dalam sejarah penebusan serta melihat panggilan manusia dalam sejarah sebagai drama berisiko antara Allah dan ciptaan yang menuntut partisipasi manusia dalam membiarkan ciptaan berkembang.[35] Dua tahun setelah publikasi internasional Sudibjo, Sihite dan Mendrofa membangun wacana *theopreneurship* dari konteks pastoral Gereja Perintisan di Indonesia, dengan mendefinisikan theopreneur sebagai hamba Tuhan yang berperan sebagai hamba (*doulos* dan *huperetes*) sekaligus penatalayan (*oikonomos*) demi kemandirian finansial gereja perintisan.[36] Meskipun pemakaian istilah ini sudah cukup meluas, masing-masing penggunaan di atas berangkat dari titik tekan yang berbeda: Sudibjo berfokus pada penatalayanan talenta dan sumber daya bagi pengerja Pentakostal Indonesia; van der Kooi dan Rietveld membangun refleksi teologis terhadap karya Allah dari perspektif *Reformed*; sedangkan Sihite dan Mendrofa membatasi pembahasan pada konteks gereja perintisan dan kemandirian finansial gereja.[37] Belum ada satu pun dari karya-karya tersebut yang membangun bangunan teologis integratif yang secara sistematis menghubungkan doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei* dalam satu model hierarkis dimulai dari fondasi ontologis. Justru di sinilah celah yang diisi oleh penelitian ini: rekonstruksi konseptual ke dalam bangunan teologis yang koheren dan berlapis.

Rekonstruksi dimulai dari doktrin penciptaan. Narasi Kejadian memperlihatkan Allah sebagai Pencipta yang bekerja secara kreatif, penuh hikmat, teratur, dan memiliki

[34] Kusman Sudibjo, "Theopreneurship," preprint, Thesis Commons, August 26, 2018, https://doi.org/10.31237/osf.io/4huqp.

[35] Cornelis Van Der Kooi and Cornelius A. Rietveld, "God and His Works from an Entrepreneurship Perspective," *Journal of Reformed Theology* 13, no. 1 (June 2019): 47–64, https://doi.org/10.1163/15697312-01301001.

[36] Sihite and Mendrofa, "Theopreneurship Dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan."

[37] Sudibjo, "Theopreneurship."

tujuan; seluruh ciptaan merupakan ekspresi kehendak Allah yang baik. Kgatla dan Kamukwamba menegaskan bahwa narasi penciptaan dibuka dengan pernyataan yang sangat kuat, "Pada mulanya Allah menciptakan langit dan bumi," dan pernyataan ini menegaskan otoritas Allah dalam penciptaan.[38] Doktrin penciptaan menunjukkan bahwa pekerjaan bukan konsekuensi kejatuhan, melainkan bagian dari rancangan Allah yang baik sejak awal.[39]

Pemahaman mengenai *Imago Dei* dalam penelitian ini tidak dimaksudkan sebagai representasi eksklusif satu tradisi teologi. Tradisi *Reformed* memberikan penjelasan kuat mengenai identitas ontologis manusia sebagai gambar Allah, sedangkan tradisi Pentakosta menyoroti karya Roh Kudus yang terus memperbarui dan memperlengkapi manusia untuk mengembangkan karunia, kreativitas, hikmat, dan kepemimpinan dalam menjalankan panggilannya.[40] *Imago Dei* dipahami bukan hanya sebagai status ontologis, tetapi juga sebagai identitas yang diwujudkan melalui kehidupan yang dipimpin oleh Allah dalam menjalankan mandat-Nya di dunia—sehingga memungkinkan *theopreneurship* mengintegrasikan dimensi penciptaan, penebusan, dan pemberdayaan tanpa terikat secara eksklusif pada satu tradisi denominasional.

Identitas sebagai *Imago Dei* diwujudkan melalui mandat budaya untuk memenuhi bumi, menaklukkannya, mengusahakan, dan memelihara ciptaan.[41] Banda menegaskan bahwa mandat budaya menunjukkan Allah menempatkan manusia sebagai penguasa atas bumi atas nama-Nya sekaligus sebagai pengelola yang bertanggung jawab (*stewards*); mandat budaya menekankan agensi dan transendensi yang diperlukan agar manusia dapat menjalankan mandat tersebut, sekaligus menyatakan bahwa manusia diciptakan untuk bekerja, sebagaimana Allah sendiri digambarkan sebagai Sang Pekerja.[42] Dengan demikian, kewirausahaan merupakan salah satu bentuk konkret pelaksanaan mandat

[38] Kgatla and Kamukwamba, "Mission as the Creation of a God-Ward Culture: A Critical Missiological Analysis."

[39] Jake Meador, *In Search of the Common Good: Christian Fidelity in a Fractured World* (Downers Grove, IL: IVP, 2019).

[40] Marius Nel, "Defining Elements and Challenges of a Pentecostal Hermeneutics of Experience," *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 77, no. 2 (August 2021), https://doi.org/10.4102/hts.v77i2.6622.

[41] Michael S. Heiser, *Image of God*, John D. Barry et al., The Lexham Bible Dictionary (Bellingham, WA: Lexham Press, 2016).

[42] Banda, "Propagating Afro-Pessimism? The Power of Neo-Pentecostal Prophetic Objects on Human Agency and Transcendence in Africa."

budaya karena melibatkan kreativitas, pengelolaan sumber daya, penciptaan nilai, dan pengembangan kehidupan bersama.

Mandat budaya diimplementasikan melalui konsep panggilan dan penatalayanan. Panggilan menegaskan bahwa seluruh bidang kehidupan berada di bawah kedaulatan Allah sehingga tidak terdapat pemisahan antara pekerjaan sekuler dan pelayanan rohani.[43] Keller dan Alsdorf menekankan bahwa sejauh pekerjaan sekuler dan aktivitas bisnis kita berkontribusi bagi kebaikan bersama, pekerjaan tersebut bersifat misional dan sakral, serta berkenan di hadapan Allah.[44] Penatalayanan menegaskan bahwa seluruh talenta, kesempatan, kekayaan, pengetahuan, dan pengaruh manusia merupakan titipan Allah yang harus dikelola secara bertanggung jawab.

Sebagai bentuk penatalayanan, kewirausahaan diwujudkan melalui tiga kapasitas utama: kreativitas, kepemimpinan, dan inovasi. Kreativitas memungkinkan manusia menghasilkan gagasan baru dan menemukan solusi; kepemimpinan memungkinkan manusia mengarahkan, memberdayakan, dan mengembangkan orang lain; inovasi menjadi proses aktualisasi kreativitas sehingga menghasilkan perubahan bermanfaat bagi masyarakat.[45] Ketiga kapasitas saling berkaitan dan membentuk karakter dasar aktivitas kewirausahaan dalam perspektif *theopreneurship*. Ward menegaskan bahwa BAM secara inheren menghadirkan inovasi budaya dari perspektif Kristen sebagai penerapan Kerajaan Allah dalam ranah ekonomi dan budaya.[46]

Seluruh aktivitas tersebut memperoleh orientasi akhirnya dalam *Missio Dei*. Misi dipahami bukan hanya sebagai kegiatan penginjilan atau pelayanan gerejawi, tetapi sebagai karya Allah yang terus berlangsung untuk memulihkan seluruh ciptaan.[47] Celesi dan Du Toit mencatat bahwa misi holistik pada dasarnya adalah misi Allah yang mencakup seluruh karya-Nya dalam membangun Kerajaan-Nya secara penuh.[48] Aktivitas

[43] Keller and Alsdorf, *Every Good Endeavor*.

[44] Keller and Alsdorf, *Every Good Endeavor*.

[45] David J. Hughes et al., "Leadership, Creativity, and Innovation: A Critical Review and Practical Recommendations," *The Leadership Quarterly* 29, no. 5 (October 2018): 549–69, https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.03.001.

[46] Ward, "Thy Kingdom Come in BAM as It Is in Heaven: Implications on Defining the Kingdom of God in BAM Businesses."

[47] N. T. Wright, *Interpreting Paul: Essays on the Apostle and His Letters* (Zondervan Academic, 2020).

[48] Mawonga P. Celesi and Nadine Bowers Du Toit, "The Centrality of Partnership between Local Congregations and Christian Development Organisations in Facilitating Holistic Praxis," *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 75, no. 4 (December 2019), https://doi.org/10.4102/hts.v75i4.5523.

kewirausahaan menjadi bagian dari partisipasi orang percaya dalam karya Allah ketika dijalankan untuk menghasilkan keadilan, kesejahteraan, pemberdayaan, dan transformasi yang sesuai dengan nilai-nilai Kerajaan Allah. Iheanyi-Igwe dan Veach menambahkan bahwa *BAM* merupakan bagian dari gerakan misi holistik yang menerapkan model berpusat pada Kristus dengan orientasi *multi-bottom-line*.[49] Ward menyatakan bahwa definisi utuh tentang Kerajaan Allah seharusnya dipahami sebagai Umat Allah di tempat Allah di bawah pemerintahan Allah, melebihi definisi sederhana tentang pemerintahan Allah.[50]

Berdasarkan rekonstruksi tersebut, penelitian ini mendefinisikan *theopreneurship* sebagai berikut: *Theopreneurship* adalah kerangka teologis integratif yang memandang kewirausahaan sebagai ekspresi identitas manusia sebagai gambar Allah dalam melaksanakan mandat budaya melalui penatalayanan yang bertanggung jawab atas kreativitas, kepemimpinan, inovasi, dan seluruh sumber daya yang dipercayakan Allah sebagai bentuk partisipasi dalam *Missio Dei* demi menghadirkan transformasi holistis bagi kemuliaan Allah. Definisi ini menunjukkan bahwa *theopreneurship* bukan sekadar kewirausahaan yang dijalankan oleh orang Kristen, bukan pula sinonim dari *BAM* atau Christian Entrepreneurship. Sebaliknya, *theopreneurship* merupakan paradigma teologis yang menjelaskan dasar ontologis, normatif, operasional, dan misioner dari seluruh aktivitas kewirausahaan.

Kerangka Teologis Integratif Theopreneurship

Kerangka ini memperluas konstruksi teologis Sihite dan Mendrofa ke dalam skala yang lebih luas, bukan menggantikannya. Perbedaan paling mendasar terletak pada lima aspek, yang diringkas pada Tabel 2: subjek — penelitian ini menjadikan setiap manusia sebagai *Imago Dei* sebagai subjek universal, bukan hanya gembala gereja perintisan; fondasi ontologis — berangkat dari doktrin penciptaan, *Imago Dei,* dan mandat budaya, bukan dari identitas pastoral (*doulos*, *huperetes*, *oikonomos*); struktur konseptual —

[49] Agam Iheanyi-Igwe and Timothy Veach, "Business Stakeholder Trends as Kingdom Opportunities in a Secularizing World," *Christian Business Academy Review* 14 (February 2019), https://doi.org/10.69492/cbar.v14i1.509.

[50] Ward, "Thy Kingdom Come in BAM as It Is in Heaven: Implications on Defining the Kingdom of God in BAM Businesses."

model empat dimensi hierarkis (ontologis, normatif, operasional, misioner), bukan kerangka pastoral-praktis; orientasi output — partisipasi dalam *Missio Dei* untuk transformasi holistik ciptaan, bukan kemandirian finansial gereja perintisan; dan ruang lingkup aplikasi — lintas pendidikan, gereja, organisasi Kristen, bisnis, dan pelayanan sosial lintas konteks budaya dan denominasi.[51] Dengan cara ini, kontribusi Sihite dan Mendrofa dipahami sebagai penerapan kontekstual *theopreneurship* bagi gereja perintisan, sedangkan penelitian ini menyelidiki hakikat konstitutif *theopreneurship* secara lebih umum.

Tabel 2. Perbandingan Komprehensif: Sihite dan Mendrofa vs. Penelitian Ini.

Aspek Perbandingan	Sihite & Mendrofa	Penelitian Ini
Subjek	Hamba Tuhan yang merintis gereja baru	Setiap manusia sebagai *Imago Dei* tanpa membedakan status profesional
Fondasi Ontologis	Identitas pastoral (*doulos*, *huperetes*, *oikonomos*) sebagai mandat bagi gembala	Doktrin penciptaan, *Imago Dei*, dan mandat budaya untuk seluruh umat manusia
Titik Berangkat	Kebutuhan finansial hamba Tuhan dan gereja perintisan	Teologi penciptaan dan kapasitas kreatif seluruh ciptaan
Struktur Konseptual	Kerangka pastoral-praktis, bukan hierarkis	Empat dimensi hierarkis (ontologis, normatif, operasional, misioner) yang saling tergantung
Orientasi *Stewardship*	Manajemen potensi diri dan jemaat untuk kemandirian gereja	Penatalayanan seluruh sumber daya ciptaan sebagai wakil Allah
Orientasi *Output*	Kemandirian finansial gereja perintisan bagi kejayaan Kerajaan Allah	Partisipasi dalam *Missio Dei* untuk transformasi holistik ciptaan
Metode	Studi literatur	Rekonstruksi konseptual lima tahap
Peran Kreativitas, Kepemimpinan, Inovasi	Tidak dibahas secara eksplisit	Menjadi kapasitas inti pada dimensi operasional

[51] Sihite dan Mendrofa, "Theopreneurship dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan."

Keterlibatan *Missio Dei*	Implisit melalui pelayanan gereja	Eksplisit sebagai orientasi akhir seluruh aktivitas *theopreneurship*
Lokus Aplikasi	Gereja perintisan di Indonesia	Pendidikan, gereja mapan, organisasi Kristen, bisnis, pelayanan sosial, pemerintahan lintas konteks budaya
Kontribusi Utama	Wacana *theopreneurship* dalam konteks gereja perintisan dan kemandirian finansial	Kerangka teologis integratif yang menjelaskan hakikat konstitutif *theopreneurship* secara universal

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan Sihite dan Mendrofa dan hasil penelitian ini.

Berdasarkan analisis dan rekonstruksi konseptual tersebut, penelitian ini menghasilkan Kerangka Teologis Integratif *Theopreneurship* yang menjelaskan hubungan sistematis antara teologi penciptaan dan aktivitas kewirausahaan. Kerangka dibangun atas empat dimensi hierarkis—ontologis, normatif, operasional, dan misioner—yang membentuk alur logis bahwa kewirausahaan bukan sekadar aktivitas ekonomi melainkan bagian dari panggilan manusia dalam melaksanakan kehendak Allah.[52]

Dimensi Ontologis

Dimensi ontologis menjelaskan asal-usul dan identitas dasar manusia. Seluruh kerangka *theopreneurship* berawal dari Allah sebagai Pencipta yang bekerja secara teratur, kreatif, dan penuh tujuan, kemudian menciptakan manusia menurut gambar dan rupa-Nya. Kgatla menjelaskan bahwa kisah penciptaan menunjukkan maksud dan tujuan Allah bagi ciptaan dengan secara eksplisit menekankan otoritas Allah sebagai Pencipta.[53] Oleh karena itu, seluruh kemampuan manusia—berpikir, mencipta, mengelola, memimpin, dan berinovasi—merupakan refleksi terbatas dari karakter Allah sendiri.[54] Dengan demikian, kewirausahaan memperoleh dasar ontologis pada identitas *Imago Dei*,

[52] Sihite and Mendrofa, "Theopreneurship Dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan."

[53] Kgatla and Kamukwamba, "Mission as the Creation of a God-Ward Culture: A Critical Missiological Analysis."

[54] Banda, "Propagating Afro-Pessimism? The Power of Neo-Pentecostal Prophetic Objects on Human Agency and Transcendence in Africa."

bukan pada keberhasilan ekonomi.[55] Titik perbedaan utama antara *theopreneurship* dan pendekatan sebelumnya menjadi jelas: *theopreneurship* membaca "dari atas ke bawah" dari Pencipta menuju ciptaan, sementara pendekatan pragmatis membaca "dari bawah ke atas" dari aktivitas ekonomi menuju refleksi teologis.[56]

Dimensi Normatif

Dimensi normatif menjelaskan tujuan Allah bagi manusia. Setelah menciptakan manusia, Allah memberikan mandat budaya untuk memenuhi bumi, mengusahakan, memelihara, dan mengelola ciptaan; perintah ini tidak hanya berlaku bagi Adam dan Hawa tetapi diteguhkan kembali kepada Nuh dan anak-anaknya dalam Kejadian 9:1.[57] Mandat tersebut menegaskan bahwa pekerjaan merupakan bagian dari rancangan Allah sebelum kejatuhan manusia ke dalam dosa. Pelaksanaan mandat budaya diwujudkan melalui panggilan dan penatalayanan. Panggilan menegaskan bahwa seluruh bidang kehidupan berada di bawah kedaulatan Allah; Keller dan Alsdorf menekankan bahwa kontribusi pekerjaan terhadap kebaikan bersama menjadikannya bersifat misional dan sakral.[58] Penatalayanan menegaskan bahwa seluruh sumber daya merupakan titipan Allah yang harus dikelola secara bertanggung jawab. Orientasi utama kewirausahaan dalam *theopreneurship* bukanlah kepemilikan melainkan pengelolaan yang setia; ukuran keberhasilan pertama-tama adalah kesetiaan dalam pengelolaan titipan Allah, baru kemudian pertumbuhan ekonomi sebagai buah dari pengelolaan tersebut.[59]

Dimensi Operasional

Dimensi operasional menjelaskan bagaimana mandat budaya diwujudkan dalam kehidupan nyata melalui tiga kapasitas utama penatalayanan: kreativitas, kepemimpinan,

[55] Alejo José G. Sisón and Joan Fontrodona, "The Common Good of the Firm in the Aristotelian-Thomistic Tradition," *Business Ethics Quarterly* 22, no. 2 (March 2012): 211–46, https://doi.org/10.5840/beq201222218.

[56] Smith, McMullen, and Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field."

[57] Kgatla and Kamukwamba, "Mission as the Creation of a God-Ward Culture: A Critical Missiological Analysis."

[58] Keller and Alsdorf, *Every Good Endeavor*.

[59] Sihite and Mendrofa, "Theopreneurship Dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan."

dan inovasi. Kreativitas memungkinkan manusia menghasilkan ide, solusi, dan peluang baru; kepemimpinan memungkinkan manusia memengaruhi, mengembangkan, dan memberdayakan orang lain; inovasi merupakan implementasi kreativitas yang menghasilkan perubahan nyata dalam organisasi maupun masyarakat.[60] Ketiga kapasitas tersebut kemudian teraktualisasi dalam aktivitas kewirausahaan sebagai proses penciptaan nilai bagi kehidupan bersama.[61] Ukuran keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh profitabilitas tetapi juga oleh sejauh mana aktivitas tersebut mencerminkan karakter Allah melalui integritas, keadilan, pelayanan, dan pemberdayaan. Dalam dimensi ini, iman bertemu dengan aksi secara nyata.

Dimensi Misioner

Dimensi misioner memberikan orientasi akhir bagi seluruh aktivitas kewirausahaan. Partisipasi dalam *Missio Dei* diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, pengembangan teknologi yang bertanggung jawab, peningkatan kesejahteraan, pengelolaan lingkungan hidup, penguatan keadilan sosial, serta transformasi yang menghadirkan nilai-nilai Kerajaan Allah.[62] Racelis menegaskan bahwa pemimpin bisnis Kristen perlu mengembangkan partisipasi dan kerja sama sekaligus memiliki fokus tajam pada keberlanjutan, sehingga bisnis menjadi sarana bagi kebaikan bersama.[63] Pemahaman mengenai *Missio Dei* dibangun melalui dialog dengan tradisi Kristen yang lebih luas. Dalam *CST*, partisipasi dalam misi Allah diwujudkan melalui tanggung jawab terhadap martabat manusia dan transformasi sosial yang berkeadilan.[64] Tradisi Pentakosta memperkaya pemahaman tersebut dengan menekankan karya Roh Kudus yang memampukan umat Allah menghadirkan kreativitas, inovasi, dan kesaksian transformatif; namun kepemimpinan karismatik yang dipersonalisasi dan rentan terhadap *amore gloriae* perlu diimbangi oleh kerendahan hati

[60] Hughes et al., "Leadership, Creativity, and Innovation."

[61] Nordstrom, McKeever, and Anderson, *Piety and Profit; the Moral Embeddedness of an Enterprising Community*.

[62] Athota, Ferrero, and Jeganathan, "Building a World Through Binding Ethics and Moral Traditions: Catholic Social Teaching (CST) and Virtue Ethics in Business Ethics."

[63] Aliza D. Racelis, "The Business Leader's Vocation to Social Purpose and Sustainability," *Journal of Management for Global Sustainability* 10, no. 2 (August 2022), https://doi.org/10.13185/2244-6893.1164.

[64] Athota, Ferrero, and Jeganathan, "Building a World Through Binding Ethics and Moral Traditions: Catholic Social Teaching (CST) and Virtue Ethics in Business Ethics."

dan kesederhanaan serta persiapan estafet kepemimpinan berikutnya.[65] Tushima menunjukkan bahwa ketika gerakan Pentakostal membangun kerajaan pribadi, perspektif Kerajaan Allah tentang keberhasilan mulai terkikis.[66] Perspektif kepemimpinan karismatik yang disosialisasikan yang berakar pada tubuh Kristus menjadi koreksi agar kepemimpinan tidak terjebak pada model yang rentan skandal.[67] Dengan demikian, *Missio Dei* dipahami sebagai karya Allah yang mengintegrasikan dimensi spiritual, sosial, ekonomi, dan budaya.

Tujuan akhir seluruh proses adalah *Soli Deo Gloria*: seluruh kreativitas, kepemimpinan, inovasi, keberhasilan organisasi, maupun pencapaian ekonomi diarahkan untuk memuliakan Allah. Smith dan rekan menunjukkan bahwa identitas relasional dengan Allah berperan sebagai kekuatan penyeimbang terhadap identitas kewirausahaan saat terjadi ancaman identitas, sehingga menghasilkan stabilitas identitas sekaligus mendorong ketekunan.[68] Prinsip ini membedakan *theopreneurship* dari paradigma kewirausahaan yang menjadikan pertumbuhan usaha atau akumulasi keuntungan sebagai ukuran utama keberhasilan.[69] Perlu dicatat bahwa paradigma sekuler tidak dengan sendirinya berorientasi tunggal pada keuntungan; banyak di antaranya juga mengejar dampak sosial dan keberlanjutan. Perbedaannya bukan pada ada-tidaknya orientasi nilai, melainkan pada sumber dan arah nilai itu: *theopreneurship* mengarahkan seluruh aktivitas kepada kemuliaan Allah dan transformasi ciptaan, bukan kepada pencapaian manusia semata.

Model Kerangka Teologis Integratif Theopreneurship

Model berikut memperlihatkan bahwa *theopreneurship* bukan konsep tambahan di samping teologi kerja, kepemimpinan, atau kewirausahaan, melainkan kerangka integratif yang menghubungkan seluruh konsep secara sistematis: dari identitas menuju

[65] Pranoto, "Sisi Gelap Kepemimpinan Pentakostal-Karismatik."

[66] Cephas T. A. Tushima, "Leadership Succession Patterns in the Apostolic Church as a Template for Critique of Contemporary Charismatic Leadership Succession Patterns," *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 72, no. 1 (February 2016), https://doi.org/10.4102/hts.v72i1.2968.

[67] Pranoto, "Sisi Gelap Kepemimpinan Pentakostal-Karismatik."

[68] Smith et al., "Navigating the Highs and Lows of Entrepreneurial Identity Threats to Persist: The Countervailing Force of a Relational Identity with God."

[69] Alves and Booth, "Virtues, Vices and the Responsibilities of Business: An Application of Catholic Social Teaching (CST) to the Problems of Corruption and Lobbying."

tanggung jawab, dari tanggung jawab menuju tindakan, dan dari tindakan menuju tujuan ilahi. Dengan demikian, *theopreneurship* menjadi paradigma yang menjelaskan bagaimana seluruh aktivitas kewirausahaan berakar pada teologi penciptaan, diwujudkan melalui penatalayanan yang setia, dan diarahkan kepada partisipasi dalam *Missio Dei* demi kemuliaan Allah.



Gambar 1. Kerangka Teologis Integratif Theopreneurship: empat dimensi hierarkis dari fondasi ontologis menuju orientasi misioner.

Kontribusi Teoretis dan Implikasi Theopreneurship

Kerangka Teologis *Integratif Theopreneurship* mengembangkan perspektif baru dalam kajian teologi-kewirausahaan. Berbeda dari *Christian Entrepreneurship*, *BAM*, *Marketplace Ministry*, dan *Faith-Based Entrepreneurship* yang menjadikan kewirausahaan sebagai objek yang kemudian diberi perspektif teologis,[70] penelitian ini memulai analisis dari doktrin penciptaan dan *Imago Dei*, sehingga menghasilkan pergeseran paradigma dari pendekatan fungsional menuju pendekatan ontologis; Smith dan rekan menekankan

[70] Smith, Gümüsay, and Townsend, "Bridging Worlds."

bahwa agama "menawarkan banyak peluang untuk penelitian transformatif" di bidang kewirausahaan, namun riset yang mendalam pada irisan ini masih terbatas.[71]

Kebaruan arsitektur hierarkis yang ditawarkan dinilai melalui tiga kriteria konseptual yang eksplisit. Pertama, titik berangkat: penelitian ini bergerak dari doktrin penciptaan sebagai dasar ontologis kapasitas berwirausaha, bukan dari identitas pastoral (seperti Sihite dan Mendrofa) atau prinsip normatif perilaku (seperti Lee). Kedua, struktur: model empat dimensi hierarkis yang memperlihatkan keterkaitan konstitutif dari fondasi ontologis menuju orientasi misioner. Ketiga, cakupan output: orientasi yang diperluas dari kemandirian finansial gereja perintisan atau pedoman perilaku organisasi menuju partisipasi dalam *Missio Dei* untuk transformasi holistik ciptaan.

Perlu ditegaskan satu pembedaan agar klaim ini tidak dibaca terlalu jauh. Kewirausahaan dipahami sebagai *ekspresi* identitas *Imago Dei*—yakni salah satu bentuk konkret pelaksanaan mandat budaya—bukan sebagai kapasitas yang secara langsung dapat disimpulkan dari doktrin *Imago Dei*. Doktrin tersebut menjelaskan dasar mengapa manusia memiliki kapasitas berkarya, mencipta, dan mengelola; ia tidak menetapkan bentuk ekonomi tertentu sebagai satu-satunya wujud yang sah. Dengan kata lain, *theopreneurship* menjelaskan fondasi dan orientasi kewirausahaan, bukan menurunkan kewirausahaan secara deduktif dari doktrin penciptaan.

Tiga kontribusi utama penelitian ini adalah: pengembangan Kerangka Teologis Integratif *Theopreneurship* yang menyatukan doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei* ke dalam satu model empat dimensi hierarkis; rekonstruksi konseptual yang memandang kewirausahaan sebagai ekspresi *Imago Dei* melalui kreativitas, kepemimpinan, inovasi, dan penatalayanan dalam rangka mandat budaya, bukan sekadar aktivitas ekonomi; dan pengembangan definisi *theopreneurship* sebagai paradigma teologis yang menjelaskan hubungan sistematis antara identitas manusia, panggilan, pengelolaan ciptaan, kreativitas, inovasi, kewirausahaan, dan partisipasi dalam *Missio Dei*.[72] Pergeseran dari pertanyaan "Bagaimana orang Kristen berwirausaha?" menjadi "Mengapa manusia memiliki kapasitas untuk berwirausaha menurut teologi Kristen?"

[71] Smith, McMullen, and Cardon, "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field."

[72] Lee, "Created to Create: Entrepreneurial Behavior Reflecting Divine Creative Patterns."

memperluas cakupan kajian, karena aktivitas kewirausahaan ditempatkan sebagai bagian dari narasi besar penciptaan, pemeliharaan, dan misi Allah.[73]

Implikasi praktis kerangka menjangkau tiga ranah. Bagi gereja, kerangka menjadi dasar teologis untuk menolong jemaat memandang pekerjaan sebagai panggilan hidup; pelayanan tidak lagi dipahami secara sempit sebagai aktivitas gerejawi melainkan mencakup seluruh kehidupan.[74] Bagi lembaga pendidikan teologi, kerangka memungkinkan integrasi teologi sistematika, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan misi ke dalam kurikulum sebagai dimensi baru *Missio Dei*.[75] Bagi organisasi Kristen dan praktisi, *CST* menunjukkan kerangka ini tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga memperkuat ikatan sosial sebagai fondasi perekonomian berkelanjutan,[76] sementara pemimpin perlu mengembangkan refleksi berkelanjutan atas kebajikan moral agar kepemimpinan Kristen berakar pada integritas pribadi[77] dan menjadikan identitas relasional dengan Allah sebagai kekuatan penyeimbang dalam bertindak.[78] Sebagai penelitian konseptual, tulisan ini menjadi landasan bagi penelitian empiris berikutnya, termasuk pengembangan instrumen untuk menguji validitas konstruk *theopreneurship* dalam konteks budaya, organisasi, dan denominasi yang beragam.[79] Dengan cara ini, *theopreneurship* menjembatani refleksi teologis dengan praktik kehidupan: aktivitas kewirausahaan memperoleh makna terdalamnya ketika dipahami sebagai ekspresi identitas manusia sebagai gambar Allah yang dipanggil mengelola ciptaan secara bertanggung jawab dan berpartisipasi dalam karya Allah bagi transformasi dunia.[80]

---

[73] Smith, Gümüsay, and Townsend, "Bridging Worlds."

[74] Stuart D. Dugan, "Faith at Work: How Churches Can Better Enable Believers to Integrate Their Personal Faith in the Workplace," *Digital Commons - George Fox University (George Fox University)*, January 2010, https://digitalcommons.georgefox.edu/dmin/2.

[75] C. Neal Johnson, "Toward a Marketplace Missiology," *Missiology An International Review* 31, no. 1 (January 2003): 87–97, https://doi.org/10.1177/009182960303100111.

[76] Athota, Ferrero, and Jeganathan, "Building a World Through Binding Ethics and Moral Traditions: Catholic Social Teaching (CST) and Virtue Ethics in Business Ethics."

[77] Racelis, "The Business Leader's Vocation to Social Purpose and Sustainability."

[78] Smith et al., "Navigating the Highs and Lows of Entrepreneurial Identity Threats to Persist: The Countervailing Force of a Relational Identity with God."

[79] Siwale et al., "Toward Understanding the Dynamics of the Relationship between Religion, Entrepreneurship and Social Change: Empirical Findings from Technology-Savvy African Immigrants in UK."

[80] R. C. Sproul, *How Should I Think about Money?*, The Crucial Questions Series (Orlando, FL: Reformation Trust: A Division of Ligonier Ministries, 2016).

Dialog Kritis dengan Literatur

Dialog dengan literatur di sini tidak dimaksudkan untuk sekadar memperkuat argumen, melainkan untuk menguji dan memperlihatkan ketegangan yang ada.

Pertama, ketegangan dengan *Business as Mission (BAM)*. *BAM* memperlakukan bisnis sebagai sarana misi, dengan "tujuan yang jelas" (*intentional*) sebagai salah satu pilarnya.[81] Jika kewirausahaan dipahami sebagai ekspresi identitas *Imago Dei*, maka misi bukan tambahan tujuan yang harus disengaja, melainkan konsekuensi konstitutif dari identitas itu sendiri. Ketegangan ini mempertanyakan apakah pilar *intentional BAM* masih diperlukan atau justru digantikan oleh orientasi ontologis. Penelitian ini memilih jawaban pertama: intensionalitas tetap penting justru karena identitas dapat diabaikan dalam praktik.

Kedua, ketegangan dengan *Catholic Social Teaching (CST)*. *CST* membangun dasar normatif bisnis melalui hukum kodrat dan prinsip martabat manusia, kebaikan bersama, solidaritas, serta subsidiaritas.[82] Kerangka yang diusulkan menambahkan lapisan ontologis yang tidak selalu menjadi titik tolak *CST*. Ketegangan yang muncul adalah apakah dasar ontologis dan dasar normatif dapat dipadukan tanpa saling meniadakan; penelitian ini berargumen bahwa keduanya saling melengkapi, karena identitas menjelaskan "dari mana" sedangkan norma menjelaskan "ke arah mana".

Ketiga, ketegangan dengan temuan empiris. Smith dan rekan menemukan bahwa identitas relasional dengan Allah berfungsi sebagai kekuatan penyeimbang ketika identitas kewirausahaan terancam.[83] Temuan ini mendukung tesis di sini, tetapi juga dapat dibaca sebagai penjelasan psikologis tentang ketahanan, bukan penjelasan ontologis tentang kapasitas. Penelitian ini menempatkan keduanya pada tingkat yang berbeda: temuan empiris menjelaskan bagaimana identitas bekerja dalam perilaku, sedangkan kerangka ini menjelaskan mengapa identitas itu menjadi dasar. Keduanya tidak saling menggantikan, dan justru membuka agenda penelitian empiris lanjutan.

[81] Rundle, "'Business as Mission (BAM)' Hybrids: A Review and Research Agenda."

[82] Alves and Booth, "Virtues, Vices and the Responsibilities of Business: An Application of Catholic Social Teaching (CST) to the Problems of Corruption and Lobbying."

[83] Smith et al., "Navigating the Highs and Lows of Entrepreneurial Identity Threats to Persist: The Countervailing Force of a Relational Identity with God."

KESIMPULAN

Penelitian ini mengembangkan Kerangka Teologis *Integratif Theopreneurship* melalui rekonstruksi konseptual atas hubungan doktrin penciptaan, *Imago Dei*, mandat budaya, panggilan, penatalayanan, kreativitas, kepemimpinan, inovasi, kewirausahaan, dan *Missio Dei*, dengan menunjukkan bahwa *Christian Entrepreneurship*, *Business as Mission (BAM)*, *Marketplace Ministry*, *Faith-Based Entrepreneurship*, *Theology of Work*, dan *Catholic Social Teaching (CST)*—meskipun masing-masing berkontribusi penting—belum menghasilkan kerangka yang mengintegrasikan seluruh konsep tersebut secara sistematis. Kerangka yang ditawarkan menempatkan doktrin penciptaan sebagai fondasi, memandang manusia sebagai gambar Allah yang menerima mandat budaya dan mengelolanya melalui penatalayanan yang bertanggung jawab, dan menjelaskan kreativitas, kepemimpinan, inovasi, serta kewirausahaan sebagai ekspresi identitas manusia yang melaksanakan panggilan Allah—sehingga aktivitas kewirausahaan bukan sekadar kegiatan ekonomi melainkan partisipasi dalam *Missio Dei,* yang keberhasilannya diukur bukan hanya dari pencapaian ekonomi tetapi juga dari kesetiaan pada panggilan Allah, kualitas penatalayanan, kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat, dan partisipasi dalam karya Allah mentransformasi ciptaan. Karena penelitian ini konseptual dan belum menguji hubungan antarkonstruk secara empiris, penelitian selanjutnya perlu mengembangkan instrumen pengukuran *theopreneurship* dan menguji validitas keempat dimensinya (ontologis, normatif, operasional, misioner) dalam berbagai konteks organisasi, pendidikan, gereja, dunia usaha, dan pelayanan lintas budaya; kerangka ini pun tidak dimaksudkan sebagai representasi eksklusif satu tradisi teologis, melainkan dibangun melalui sintesis berbagai tradisi Kristen dan membuka ruang bagi kontribusi tradisi Ortodoks, Pentakosta, dan tradisi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alves, André Azevedo, and Philip Booth. “Virtues, Vices and the Responsibilities of Business: An Application of Catholic Social Teaching (CST) to the Problems of Corruption and Lobbying.” *Religions* 13, no. 11 (November 2022): 1070–1070. https://doi.org/10.3390/rel13111070.

Athota, Vidya S., Ignacio Ferrero, and Priyan Max Jeganathan. "Building a World Through Binding Ethics and Moral Traditions: Catholic Social Teaching (CST) and Virtue Ethics in Business Ethics." *Business Ethics the Environment & Responsibility*, ahead of print, December 2025. https://doi.org/10.1111/beer.70069.

Banda, Collium. "Doctrine as Security? A Systematic Theological Critique of the Operational Theological Framework of the Controversial South African Neo-Pentecostal Prophets." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 77, no. 4 (July 2021). https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.6579.

———. "Propagating Afro-Pessimism? The Power of Neo-Pentecostal Prophetic Objects on Human Agency and Transcendence in Africa." *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 56, no. 1 (August 2022). https://doi.org/10.4102/ids.v56i1.2845.

Celesi, Mawonga P., and Nadine Bowers Du Toit. "The Centrality of Partnership between Local Congregations and Christian Development Organisations in Facilitating Holistic Praxis." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 75, no. 4 (December 2019). https://doi.org/10.4102/hts.v75i4.5523.

Dejardin, Marcus, Brigitte Hoogendoorn, Frank Janssen, Cornelius A. Rietveld, and Elco Van Burg. "Coupling Engagement with Analytical Rigor: Advancing Research on Religion and Entrepreneurship Using a Mechanism-Based Approach." *Small Business Economics* 62, no. 4 (April 2024): 1273–84. https://doi.org/10.1007/s11187-023-00837-4.

Drucker, Peter F. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. London: Cavaye Place: Pan Books Ltd., 1986.

Dugan, Stuart D. "Faith at Work: How Churches Can Better Enable Believers to Integrate Their Personal Faith in the Workplace." *Digital Commons - George Fox University (George Fox University)*, January 2010. https://digitalcommons.georgefox.edu/dmin/2.

Harianja, Roida, Parlaungan Nainggolan, and Riodinar Harianja. "From Profit to Mission: An Exegesis of Acts 18:1-5 and the Biblical Foundations of Christian Entrepreneurship in the Online Economy." *International Journal of Contemporary Sciences* 4, no. 2 (March 2026): 1037–52. https://doi.org/10.55927/ft95ft12.

Heiser, Michael S. *Image of God*. John D. Barry et al. The Lexham Bible Dictionary. Bellingham, WA: Lexham Press, 2016.

Hughes, David J., Allan Lee, Amy Wei Tian, Alex Newman, and Alison Legood. "Leadership, Creativity, and Innovation: A Critical Review and Practical Recommendations." *The Leadership Quarterly* 29, no. 5 (October 2018): 549–69. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.03.001.

Iheanyi-Igwe, Agam, and Timothy Veach. "Business Stakeholder Trends as Kingdom Opportunities in a Secularizing World." *Christian Business Academy Review* 14 (February 2019). https://doi.org/10.69492/cbar.v14i1.509.

Jabareen, Yosef. "Building a Conceptual Framework: Philosophy, Definitions, and Procedure." *International Journal of Qualitative Methods* 8, no. 4 (December 2009): 49–62. https://doi.org/10.1177/160940690900800406.

Johnson, C. Neal. "Toward a Marketplace Missiology." *Missiology An International Review* 31, no. 1 (January 2003): 87–97. https://doi.org/10.1177/009182960303100111.

Keller, Timothy, and Katherine Leary Alsdorf. *Every Good Endeavor*. New York, USA: Riverhead Books, 2012.

Kgatla, Selaelo T., and Derek Gary Kamukwamba. "Mission as the Creation of a God-Ward Culture: A Critical Missiological Analysis." *Verbum et Ecclesia* 40, no. 1 (October 2019). https://doi.org/10.4102/ve.v40i1.1911.

Lee, Taehyun. "Created to Create: Entrepreneurial Behavior Reflecting Divine Creative Patterns." *Journal of Management Spirituality & Religion*, ahead of print, January 2026. https://doi.org/10.51327/llgx8563.

Meador, Jake. *In Search of the Common Good: Christian Fidelity in a Fractured World*. Downers Grove, IL: IVP, 2019.

Nel, Marius. "Defining Elements and Challenges of a Pentecostal Hermeneutics of Experience." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 77, no. 2 (August 2021). https://doi.org/10.4102/hts.v77i2.6622.

Nordstrom, Onnolee Anne, Edward McKeever, and Alistair R. Anderson. *Piety and Profit; the Moral Embeddedness of an Enterprising Community*. June 2020. https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1781935.

Popović, Anto. "Il Compito, Il Permesso, Il Divieto e La Punizione (Gen 2,15-17)." *Liber Annuus* 71 (January 2021): 9–45. https://doi.org/10.1484/J.LA.5.130751.

Pranoto, Minggus Minarto. "Sisi Gelap Kepemimpinan Pentakostal-Karismatik." *Gema Teologika Jurnal Teologi Kontekstual Dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (October 2020): 175. https://doi.org/10.21460/gema.2020.52.583.

Puen, Stephanie Ann. "Addressing the Anthropology of Business Ethics: Insights from Catholic Social Thought." *The Institutional Repository at DePaul University (DePaul University)* 4, no. 1 (January 2019): 8.

Racelis, Aliza D. "The Business Leader's Vocation to Social Purpose and Sustainability." *Journal of Management for Global Sustainability* 10, no. 2 (August 2022). https://doi.org/10.13185/2244-6893.1164.

Rundle, Steven. "'Business as Mission (BAM)' Hybrids: A Review and Research Agenda." *The journal of Biblical Integration in Business.* 15, no. 1 (December 1969). https://doi.org/10.69492/jbib.v15i1.172.

Sihite, Franseda, and Henny P. Mendrofa. "Theopreneurship Dalam Kemandirian Finansial Gereja Perintisan." *Epigraphe: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani* 6, no. 1 (June 2022): 76–88. https://doi.org/10.33991/epigraphe.v6i1.354.

Sison, Alejo José G., and Joan Fontrodona. "The Common Good of the Firm in the Aristotelian-Thomistic Tradition." *Business Ethics Quarterly* 22, no. 2 (March 2012): 211–46. https://doi.org/10.5840/beq201222218.

Siwale, Juliana, Cälin Gurău, Olu Aluko, Léo-Paul Dana, and Sanya Ojo. "Toward Understanding the Dynamics of the Relationship between Religion, Entrepreneurship and Social Change: Empirical Findings from Technology-Savvy African Immigrants in UK." *Nottingham Trent University's Institutional Repository (Nottingham Trent Repository)* 186 (November 2022): 122153. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122153.

Smith, Brett, Ali Aslan Gümüsay, and David M. Townsend. "Bridging Worlds: The Intersection of Religion and Entrepreneurship as Meaningful Heterodoxy." *Journal of Business Venturing Insights* 20 (November 2023): e00406. https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00406.

Smith, Brett R., Amanda Lawson, Saulo Dubard Barbosa, and Jessica Jones. "Navigating the Highs and Lows of Entrepreneurial Identity Threats to Persist: The Countervailing Force of a Relational Identity with God." *SPIRE - Sciences Po Institutional REpository* 38, no. 4 (May 2023): 106317. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106317.

Smith, Brett R., Jeffery S. McMullen, and Melissa S. Cardon. "Toward a Theological Turn in Entrepreneurship: How Religion Could Enable Transformative Research in Our Field." *Journal of Business Venturing* 36, no. 5 (July 2021): 106139–106139. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106139.

Soliani, Rodrigo Duarte, Everaldo Araújo Ferreira, Danielly de Sousa Nóbrega, and Mario Sérgio Pedroza Lobão. *Conceptual Framework Development: A Systematic Review and an Integrative Methodological Pathway*. March 2026. https://doi.org/10.1590/scielopreprints.15335.

Sproul, R. C. *How Should I Think about Money?* The Crucial Questions Series. Orlando, FL: Reformation Trust: A Division of Ligonier Ministries, 2016.

Sudibjo, Kusman. "Theopreneurship." Preprint, Thesis Commons, August 26, 2018. https://doi.org/10.31237/osf.io/4huqp.

Tushima, Cephas T. A. "Leadership Succession Patterns in the Apostolic Church as a Template for Critique of Contemporary Charismatic Leadership Succession Patterns." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 72, no. 1 (February 2016). https://doi.org/10.4102/hts.v72i1.2968.

Van Der Kooi, Cornelis, and Cornelius A. Rietveld. "God and His Works from an Entrepreneurship Perspective." *Journal of Reformed Theology* 13, no. 1 (June 2019): 47–64. https://doi.org/10.1163/15697312-01301001.

Ward, Ben. "Thy Kingdom Come in BAM as It Is in Heaven: Implications on Defining the Kingdom of God in BAM Businesses." *Religions* 12, no. 8 (July 2021): 557. https://doi.org/10.3390/rel12080557.

Wright, N. T. *Interpreting Paul: Essays on the Apostle and His Letters*. Zondervan Academic, 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.