



Pdt. Dr. Sarah Martha Juliana, S.Ag., M.Pd.K.

CHURCHPRENEUR

*Panggilan Wirausaha
Dalam Panggilan Iman*



CHURCHPRENEUR

Panggilan Wirausaha Dalam Panggilan Iman

Pdt. Dr. Sarah Martha Juliana, S.Ag., M.Pd.K.

CHURCHPRENEUR:
Panggilan Wirausaha dalam Panggilan Iman

Penulis:

Pdt. Dr. Sarah Martha Juliana, S.Ag., M.Pd.K.

Desain Cover:

Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Gilbert Timothy Majesty, S.Th., M.Th., M.Pd.

ISBN:

978-634-246-510-3

Cetakan Pertama:

Desember, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Dalam *landscape* ekonomi yang senantiasa berubah, ada panggilan yang lebih dalam yang kerap terabaikan: panggilan untuk memadukan jiwa wirausaha dengan iman Kristen. Buku “*CHURCHPRENEUR: Panggilan Wirausaha dalam Panggilan Iman Kristen*” hadir untuk menjawab panggilan tersebut, bukan sebagai teori tambal sulam, melainkan sebagai kerangka utuh yang berfondasi teologi.

Karya ini lahir dari keyakinan bahwa bisnis tidak sekadar mencari keuntungan, tetapi merupakan medan pengabdian yang kudus. Setiap transaksi, inovasi, dan kepemimpinan bisnis dapat menjadi perwujudan kasih dan keadilan Kerajaan Allah. Buku ini mengajak pembaca untuk membongkar dikotomi “suci” dan “sekuler,” lalu membangun paradigma baru di mana etos kewirausahaan dan kesetiaan iman berjalan beriringan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung terwujudnya buku ini. Semoga tulisan ini menjadi pemantik bagi lahirnya generasi *churchpreneur* yang tidak hanya sukses secara materi, tetapi juga menjadi agen-agen pembawa damai sejahtera di tengah pasar. Selamat membaca, dan mari menjalankan panggilan ganda ini dengan penuh sukacita dan tanggung jawab.

25 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1: FONDASI TEOLOGIS	1
A. Perjanjian Lama: <i>Cultural Mandate, Imago Dei</i>	1
B. Perjanjian Baru: Panggilan, <i>Missio Dei</i> , Anugerah.....	3
C. Era Bapa-Bapa Gereja	5
D. Era Reformasi Gereja	7
E. Era Kontemporer	10
BAB 2: FONDASI PEDAGOGIS	13
A. Jürgen Moltmann - Teologi Pengharapan (<i>Theology of Hope</i>).....	13
B. Max Weber - <i>The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism</i>	17
C. Peter Wagner - Teologi Kepemimpinan Rasulik (<i>Apostolic Leadership</i>).....	19
D. Chip Ingram - <i>Theology of Work & Life Message</i>	21
E. Amy Sherman - <i>Kingdom Calling & Vocational Stewardship</i> .	23
F. Larry Julian - <i>God is My CEO</i>	25
BAB 3: MENDEFINISIKAN "CHURCHPRENEUR"	29
A. Etimologi dan Terminologi.....	29
B. Perbedaan <i>Churchpreneur</i> dengan Pengusaha Biasa	31
C. Spiritualitas dan Kewirausahaan	34
D. <i>Churchpreneur</i> sebagai Agen Kerajaan Allah (<i>Kingdom Agent</i>)	36
E. Profil dan Karakteristik Seorang <i>Churchpreneur</i>	38
F. Mitos dan Kesalahpahaman Seputar <i>Churchpreneur</i>	40

BAB 4: DISKERNMEN: MENEMUKAN DAN MENGONFIRMASI

PANGGILAN WIRAUSAHA	43
A. Panggilan vs. Hobi vs. Ambisi	43
B. Peran Talenta dan Spiritual <i>Gifts</i> (Karunia Rohani)	45
C. <i>Passion</i> yang Diperbaharui.....	47
D. Peran Komunitas dan Akuntabilitas.....	49
E. <i>Discerning Needs</i> (Mendiskernir Kebutuhan)	51
F. Uji Kelayakan Iman.....	53
G. Pelajaran dari Kegagalan Awal.....	54

BAB 5: MERANCANG MODEL BISNIS (CHURCHPRENEUR) YANG

BERLANDASKAN NILAI KERAJAAN ALLAH	57
A. Misi Bisnis sebagai Pernyataan Iman (<i>Mission Statement</i>)	57
B. Nilai-Nilai Inti (<i>Core Values</i>) yang Berbasis Karakter Kristus ..	59
C. Analisis <i>Stakeholder</i> dari Perspektif Kasih	61
D. <i>Value Proposition</i> yang Etis dan Memberdayakan	63
E. Model Pendapatan dan Prinsip Profit yang Adil	65
F. Sumber Daya Kunci: Manajemen sebagai Pemeliharaan (<i>Stewardship</i>)	67
G. Aktivitas Utama yang Mencerminkan Integritas	69

BAB 6: PRAKTIK OPERASIONAL DAN ETIKA BISNIS YANG

TRANSFORMATIF	71
A. Kepemimpinan Melayani (<i>Servant Leadership</i>) dalam Budaya Perusahaan atau Budaya Gereja	71
B. Manajemen Sumber Daya Manusia yang Memuliakan Allah.	73
C. Keunggulan (<i>Excellence</i>) dalam Produk dan Layanan	75
D. Pemasaran yang Jujur dan Manusiawi.....	77
E. Etika Keuangan dan Akuntansi.....	79
F. Pelayanan kepada Pelanggan yang Berbasis Kasih (<i>Agape</i>) ...	81
G. Pengelolaan Lingkungan sebagai Bagian dari Pemeliharaan Ciptaan	83

BAB 7 KELAYAKAN FINANSIAL DAN STEWARDSHIP EKONOMI 87

- A. Memisahkan Keuangan Pribadi dan Bisnis dengan Prinsip Akuntabilitas 87
- B. Perencanaan Keuangan dan Anggaran sebagai Bentuk Iman yang Bertanggung Jawab 89
- C. Prinsip-Prinsip Alkitabiah tentang Utang dan *Leverage* 92
- D. Membangun Margin Keuntungan yang Sehat dan Berkelanjutan..... 95
- E. Prinsip *Giving Back*: Perpuhan, Persembahan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) 97
- F. Membangun Dana Darurat dan Manajemen Risiko 99
- G. Audit Keuangan dan Pentingnya Transparansi..... 102

BAB 8: WARISAN DAN DAMPAK: VISI JANGKA PANJANG SEORANG CHURCHPRENEUR 105

- A. Membangun Bisnis yang Melampaui Diri Sendiri (*Legacy Thinking*) 105
- B. *Mentoring* dan Pewarisan Nilai kepada Generasi Penerus .. 107
- C. Bisnis sebagai Agen Pemulihan Sosial dan Ekonomi di Komunitas 110
- D. Menciptakan Lapangan Kerja yang Memanusiakan dan Memberdayakan..... 113
- E. Kemitraan Strategis dengan Gereja Lokal untuk Misi yang Lebih Besar..... 116
- F. Mendorong Gerakan *Churchpreneur* yang Lebih Luas 119
- G. Mempersiapkan Keberlanjutan Bisnis (*Business Succession*) 121

BAB 9: KESIMPULAN 125

DAFTAR PUSTAKA..... 127

BAB 1:

FONDASI TEOLOGIS

A. PERJANJIAN LAMA: *CULTURAL MANDATE, IMAGO DEI*

Gagasan tentang "*churchpreneur*" atau wirausaha gerejawi sering kali dipandang sebagai fenomena kontemporer yang lahir dari persilangan modernitas dan spiritualitas. Namun, akar teologisnya justru tertanam sangat dalam di dalam lembaran-lembaran pertama Perjanjian Lama, tepatnya pada dua doktrin fundamental: *Cultural Mandate* (Mandat Budaya) dan *Imago Dei* (Gambar Allah). (Lalala, 2025) Pemahaman akan kedua fondasi ini tidak hanya memberikan legitimasi ilahi bagi panggilan wirausaha, tetapi juga mengubah paradigma dari sekadar mencari profit menuju partisipasi aktif dalam pemulihan ciptaan Allah.

Konsep *Imago Dei* (אֱלֹהִים צֶלֶם, *tselem Elohim*) yang termaktub dalam Kejadian 1:26-27 menjadi landasan ontologis bagi setiap *churchpreneur*. Pernyataan "Marilah Kita menjadikan manusia menurut gambar dan rupa Kita" bukanlah sekadar pernyataan tentang sifat spiritual manusia, melainkan sebuah penegasan tentang kapasitas dan panggilan representasional. Sebagai gambar Allah, manusia dibekali dengan atribut-atribut kreatif, rasional, berkuasa, dan *relational* yang mencerminkan Sang Pencipta. Dalam konteks kewirausahaan, ini berarti bahwa daya cipta, inovasi, kemampuan memecahkan masalah, dan membangun jejaring inti dari jiwa wirausaha adalah pantulan dari karakter Allah sendiri. (Budi, n.d.) Seorang *churchpreneur* yang mengembangkan produk baru, menyusun strategi bisnis, atau membangun komunitas yang bermakna, pada hakikatnya sedang menjalankan fungsi sebagai *tselem Elohim*. Ia adalah *co-creator* (rekan pencipta) yang mengelola dan mengolah potensi yang tersembunyi di dalam ciptaan,

BAB 2:

FONDASI PEDAGOGIS

A. JÜRGEN MOLTSMANN - TEOLOGI PENGHARAPAN (*THEOLOGY OF HOPE*)

Gagasan mengenai "*churchpreneur*" atau wirausaha gerejawi sering kali disalahtafsirkan sebagai sekularisasi praktik gereja atau penyerahan diri pada logika pasar. Namun, ketika ditelisik melalui lensa teologis yang mendalam, khususnya dengan fondasi pedagogis yang ditawarkan oleh Jürgen Moltmann dalam "Teologi Pengharapan", panggilan wirausaha dalam iman justru muncul sebagai respons iman yang otentik, dinamis, dan alkitabiah. (Moltmann, 1972) Teologi Moltmann, yang lahir dari reruntuhan Perang Dunia II dan keputusan pribadi sebagai tahanan perang, tidak berhenti pada refleksi doktrinal yang abstrak semata, melainkan menawarkan sebuah pedagogi sebuah metode pendidikan dan pembentukan spiritual yang *transformative* yang secara radikal mengubah cara gereja memandang masa depan, penderitaan, dan tindakannya di dalam dunia. (Bauckham, 1991)

Pertama, fondasi paling mendasar dari pedagogi Moltmann adalah pergeseran paradigma dari pemahaman iman yang statis dan terpusat pada masa lalu, menuju iman yang secara radikal diarahkan pada masa depan yang bersifat eskatologis dan transformatif. (Bauckham, 1991) Bagi Moltmann, pengharapan Kristen bukanlah sekadar optimisme kosong atau pelarian dari realitas, melainkan suatu kekuatan aktif dan dinamis yang didorong oleh peristiwa kebangkitan Yesus Kristus.

Kebangkitan ini dipahami bukan sebagai sebuah titik akhir, melainkan sebagai janji ilahi yang membuka realitas baru "yang baru" yang belum sepenuhnya hadir, tetapi sudah mulai bekerja secara

BAB 3:

MENDEFINISIKAN "*CHURCHPRENEUR*"

A. ETIMOLOGI DAN TERMINOLOGI

Istilah "*churchpreneur*" merupakan sebuah neologisme atau kata baru yang terbentuk dari penggabungan dua kata dalam bahasa Inggris, yaitu "*church*" (gereja) dan "*entrepreneur*" (wirausaha). Secara etimologis, kata "*church*" sendiri berasal dari bahasa Yunani "*kyriakon*" yang berarti "milik Tuhan", yang kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris Kuno sebagai "*cirice*". Sementara kata "*entrepreneur*" memiliki akar bahasa Prancis dari kata "*entreprendre*" yang berarti "untuk melakukan" atau "berpetualang", yang kemudian berkembang menjadi konsep tentang seseorang yang mengorganisir dan mengelola usaha dengan menghadapi risiko untuk mencapai keuntungan. (Diandra, 2016) Dari sudut pandang terminologis, penggabungan kedua kata ini menciptakan sebuah makna baru yang kompleks dan penuh dinamika, yang mencerminkan perkembangan pemikiran tentang relasi antara iman dan kewirausahaan dalam konteks kekinian.

Sebagai sebuah terminologi, "*churchpreneur*" tidak sekadar merujuk pada seseorang yang berprofesi sebagai wirausaha dan kebetulan beragama Kristen. Konsep ini mengandung makna yang lebih mendalam tentang integrasi antara panggilan spiritual dan kewirausahaan. (Hatta & Lie, 2022) Seorang *churchpreneur* pada hakikatnya adalah seorang yang melihat kegiatan wirausaha sebagai bagian dari panggilan iman dan pelayanan, di mana nilai-nilai Kerajaan Allah menjadi fondasi dalam membangun dan mengelola usaha. Dengan demikian, terminologi ini menggeser paradigma tradisional yang sering memisahkan secara dikotomis antara bidang sakral (gereja) dan sekular (bisnis), dan sebaliknya menawarkan

BAB 4:

DISKERNMEN: MENEMUKAN DAN MENGONFIRMASI PANGGILAN WIRAUSAHA

A. PANGGILAN VS. HOBI VS. AMBISI

Proses menemukan dan mengonfirmasi panggilan wirausaha dalam konteks *churchpreneur* membutuhkan diskernemen spiritual yang mendalam untuk membedakan dengan jelas antara panggilan sejati, hobi pribadi, dan ambisi duniawi. Ketiga elemen ini sering kali tampak serupa di permukaan, namun memiliki motivasi, sumber, dan tujuan yang *fundamentally* berbeda. Diskernemen menjadi proses yang krusial karena menyangkut penemuan kehendak Allah dalam hidup seseorang, khususnya dalam konteks kewirausahaan yang sarat dengan risiko dan konsekuensi jangka panjang. (Setyaningrum, SE, Titik Purwati, Novi Fitria, & SKM, 2024)

Panggilan wirausaha yang sejati dalam perspektif Kristen bersumber dari penyelenggaraan ilahi dan diwujudkan melalui keselarasan antara talenta, *passion*, dan kebutuhan dunia yang lebih luas. Seorang *churchpreneur* yang mengalami panggilan sejati tidak hanya merasa tertarik secara pribadi pada suatu bidang usaha, tetapi juga mampu melihat bagaimana bisnis tersebut dapat menjadi saluran berkat dan alat untuk memajukan Kerajaan Allah. Ciri khas panggilan sejati adalah adanya rasa tanggung jawab spiritual yang mendalam, di mana usaha tersebut tidak hanya ditujukan untuk kepentingan pribadi tetapi untuk melayani tujuan ilahi yang lebih besar. Panggilan ini biasanya diiringi dengan damai sejahtera meskipun menghadapi tantangan, dan memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi berbagai kesulitan karena disangga oleh keyakinan akan pimpinan Tuhan. (Banarto, n.d.)

BAB 5:

MERANCANG MODEL

BISNIS (*CHURCHPRENEUR*) YANG

BERLANDASKAN NILAI KERAJAAN ALLAH

A. MISI BISNIS SEBAGAI PERNYATAAN IMAN (*MISSION STATEMENT*)

Dalam konteks *churchpreneur*, pernyataan misi bisnis mengalami transformasi makna yang mendasar dari sekadar deklarasi strategis menuju pengakuan iman yang hidup dan operasional.(Juliana & Simatupang, 2023) Pernyataan misi tidak lagi hanya berfungsi sebagai kompas strategis bisnis, melainkan menjadi sebuah konfesi teologis yang mengungkapkan keyakinan mendalam tentang identitas, tujuan, dan panggilan bisnis tersebut dalam kerangka Kerajaan Allah. Sebagai pernyataan iman, misi bisnis *churchpreneur* menjadi fondasi yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan praktik bisnis sehari-hari, sekaligus menjadi janji setia kepada Tuhan dan komunitas tentang komitmen untuk menjalankan bisnis sebagai alat pelayanan dan kesaksian.

Sebuah misi bisnis yang berlandaskan nilai Kerajaan Allah pada hakikatnya adalah kristalisasi dari pemahaman bahwa bisnis adalah milik Tuhan dan bertujuan untuk kemuliaan-Nya.(Kurniawan, 2024) Pernyataan ini lahir dari proses diskernmen yang mendalam mengenai panggilan spesifik yang Tuhan percayakan. Oleh karena itu, misi tersebut tidak hanya menjawab pertanyaan "Apa yang kita lakukan?" atau "Bagaimana kita melakukannya?" tetapi lebih fundamental lagi, "Mengapa kita ada sebagai sebuah bisnis di dalam rencana Allah?" Sebuah usaha kuliner *churchpreneur*, misalnya, mungkin memiliki misi "Menyediakan makanan bergizi dengan harga terjangkau sambil menciptakan lingkungan kerja yang

BAB 6:

PRAKTIK OPERASIONAL DAN ETIKA BISNIS YANG TRANSFORMATIF

A. KEPEMIMPINAN MELAYANI (*SERVANT LEADERSHIP*) DALAM BUDAYA PERUSAHAAN ATAU BUDAYA GEREJA

Konsep kepemimpinan melayani (*servant leadership*) yang dicontohkan oleh Yesus Kristus dalam pembasuhan kaki para murid merepresentasikan paradigma kepemimpinan yang revolusioner dalam konteks bisnis *churchpreneur*. (Russell, 2001) Berbeda dengan model kepemimpinan hierarkis tradisional yang menekankan kekuasaan dan kontrol, *servant leadership* membalik piramida organisasi dengan menempatkan pemimpin sebagai pelayan bagi pertumbuhan dan kesejahteraan seluruh anggota tim. Dalam budaya perusahaan *churchpreneur*, model kepemimpinan ini tidak sekadar teknik manajemen, melainkan ekspresi iman yang hidup yang mentransformasi dinamika kekuasaan menjadi relasi pelayanan yang memanusiakan dan memberdayakan.

Penerapan *servant leadership* dalam operasional bisnis terwujud melalui komitmen pemimpin untuk secara aktif mendengarkan dan memahami kebutuhan baik profesional maupun personal dari setiap anggota tim. Seorang pemimpin *churchpreneur* tidak hanya duduk di belakang meja *executive*, tetapi turun ke lapangan untuk mengalami langsung tantangan yang dihadapi karyawan, membangun hubungan yang autentik, dan menciptakan lingkungan di mana setiap suara didengar dan dihargai. Praktiknya meliputi ketersediaan untuk terbuka terhadap umpan balik kritis, keberanian mengakui kesalahan, dan kerendahan hati untuk belajar dari bawahan. (Van Dierendonck, 2011) Dengan menjadi pendengar yang empatik, pemimpin dapat mengidentifikasi hambatan yang menghalangi tim untuk berkinerja

BAB 7:

KELAYAKAN FINANSIAL DAN STEWARDSHIP EKONOMI

A. MEMISAHKAN KEUANGAN PRIBADI DAN BISNIS DENGAN PRINSIP AKUNTABILITAS

Dalam paradigma *churchpreneur*, pemisahan keuangan pribadi dan bisnis bukan sekadar *best practice* manajemen modern, melainkan ekspresi spiritual dari prinsip penatalayanan (*stewardship*) yang bertanggung jawab. (Reumann, 2014) Pendekatan ini berakar pada keyakinan teologis bahwa baik kekayaan pribadi maupun aset bisnis pada hakikatnya adalah milik Tuhan, dan manusia dipanggil untuk mengelolanya dengan integritas dan akuntabilitas sebagai wakil-Nya di bumi. Dengan mempertahankan batas yang jelas antara keuangan pribadi dan bisnis, seorang *churchpreneur* mengakui bahwa bisnis adalah amanah ilahi yang harus dikelola secara profesional dan transparan, bukan sekadar perpanjangan dari dompet pribadinya.

Penerapan prinsip ini dimulai dengan pembukaan rekening bank yang terpisah dan sistem pembukuan yang independen antara keuangan pribadi dan bisnis. Setiap transaksi bisnis dicatat dan dilaporkan secara akurat, tanpa dicampur dengan pengeluaran rumah tangga atau kebutuhan pribadi lainnya. (Van Duzer, Franz, Karns, Wong, & Daniels, 2006) Seorang *churchpreneur* dengan disiplin menarik gaji yang jelas dan wajar dari bisnisnya, bukan mengambil uang secara *ad hoc* sesuai kebutuhan pribadi. Demikian pula, dana pribadi tidak digunakan untuk menutupi kekurangan kas bisnis tanpa mekanisme yang formal. Pendekatan ini bukan hanya mencegah kebingungan akuntansi, tetapi lebih penting lagi, menjadi bentuk penghormatan terhadap bisnis sebagai entitas yang memiliki mandat dan tanggung jawabnya sendiri di hadapan Tuhan. Dengan

BAB 8:

WARISAN DAN DAMPAK: VISI JANGKA PANJANG SEORANG *CHURCHPRENEUR*

A. MEMBANGUN BISNIS YANG MELAMPAUI DIRI SENDIRI (*LEGACY THINKING*)

Seorang *churchpreneur* sejati memiliki visi yang melampaui pencapaian pribadi dan keberhasilan finansial semata.(Pitt, 2022) Mereka dipanggil untuk membangun bisnis yang tidak hanya bertahan selama masa hidup mereka, tetapi yang terus berdampak dan menjadi berkat bagi generasi-generasi berikutnya. Konsep *legacy thinking* ini merupakan pergeseran paradigma fundamental dari berfokus pada "*success*" menuju "*significance*", dari mengejar "profit" menuju menciptakan "warisan". (Christerson & Flory, 2017) Visi jangka panjang seorang *churchpreneur* berakar pada keyakinan bahwa bisnis mereka adalah bagian dari rencana Allah yang lebih besar, dan karena itu harus dirancang untuk terus menghasilkan buah bahkan setelah mereka tidak lagi memimpinnya secara langsung.

Warisan seorang *churchpreneur* pertama-tama dibangun melalui penciptaan budaya organisasi yang kuat dan berkelanjutan. Budaya ini tidak hanya mencakup nilai-nilai bisnis yang baik, tetapi terutama nilai-nilai Kerajaan Allah yang tertanam dalam DNA perusahaan. Seorang *churchpreneur* dengan sengaja merancang sistem, proses, dan struktur yang akan melestarikan nilai-nilai seperti integritas, pelayanan, keadilan, dan kasih, bahkan ketika kepemimpinan berganti. Mereka tidak hanya membangun bisnis yang bergantung pada karisma pribadi, tetapi menciptakan organisasi yang dapat terus berjalan dengan prinsip-prinsip alkitabiah terlepas dari siapa yang memimpin. Warisan budaya semacam ini memastikan bahwa bisnis

BAB 9:

KESIMPULAN

"*Churchpreneur*: Panggilan Wirausaha Dalam Panggilan Iman" merangkulkan sebuah paradigma yang mentransformasi kewirausahaan dari sekadar aktivitas ekonomi menjadi sebuah panggilan iman yang mulia. Konsep *churchpreneur* yang dibangun bukanlah tentang menjadi pengusaha yang kebetulan beragama Kristen, atau seorang pelayan gereja yang menjalankan bisnis sampingan. Ia adalah sintesis holistik di mana spiritualitas dan *entrepreneurship* menyatu menjadi sebuah identitas yang utuh.

Landasan teologis buku ini menegaskan bahwa semangat berkarya dan berwirausaha bukanlah temuan modern, melainkan bagian dari mandat budaya (*Cultural Mandate*) yang Allah berikan kepada umat manusia sejak di Eden. Panggilan ini diteguhkan kembali melalui konsep *Imago Dei* (Gambar Allah), di mana manusia diciptakan sebagai makhluk yang kreatif dan inovatif, serta *Missio Dei* (Misi Allah), di mana gereja dan setiap orang percaya dipanggil untuk terlibat dalam karya pemulihan Allah di dunia. Dengan demikian, bisnis seorang *churchpreneur* bukan tujuan akhir, melainkan sarana untuk menyatakan nilai-nilai Kerajaan Allah dan menjadi agen transformasi di tengah masyarakat.

Secara pedagogis, buku ini membekali calon *churchpreneur* dengan kerangka pikir yang memadukan pengharapan teologis, etika kerja, pemeliharaan (*stewardship*), dan pemulihan *vocation*. Ini menjadi dasar bagi pembentukan profil *churchpreneur* yang unik, yang dibedakan oleh motivasi, nilai-nilai, dan tujuannya yang berpusat pada kemuliaan Allah dan pelayanan bagi sesama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. (2020). Kewirausahaan dan panggilan Kristen: Sebuah pendekatan interpretatif-dialogis, sosio-historis dan teologis. *Kurios (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen)*, 6(1), 18–34.
- Akanbi, S. O., & Beyers, J. (2017). The church as a catalyst for transformation in the society. *HTS Theological Studies*, 73(4), 1–8.
- Andrian, F. (2021). *Trinitarianisme Sosial bagi Pasca-modernisme: Sebuah Tinjauan terhadap Konsep Trinitarinisme Sosial Stanley J. Grenz*. repository.seabs.ac.id. Retrieved from <https://repository.seabs.ac.id/handle/123456789/1490>
- Araç, S. K., & Madran, C. (2014). Business school as an initiator of the transformation to sustainability: A content analysis for business schools in PRME. *Social Business*, 4(2), 137–152.
- Ascher, I. (2010). Max Weber and the ‘Spirit’ of The Protestant Ethic. *Journal of Classical Sociology*, 10(2), 99–108.
- Ataide, R. M. (2009). From Value Creation to Values Creation: The Entrepreneur Enrichment Program as an Enhancement to Business Plan Competitions. *Christian Business Academy Review*, 4.
- Banarto, K. (n.d.). *Menjawab Tantangan Gereja Masa Kini*. Penerbit Adab.
- Baron, R. A. (2013). *Enhancing entrepreneurial excellence: tools for making the possible real*. Edward Elgar Publishing.
- Bartholomew, I. (2009). *Cosmic Grace, Humble Prayer: The Ecological Vision of the Green Patriarch Bartholomew I*. Wm. B. Eerdmans Publishing.

- Bauckham, R. J. (1991). Moltmann's messianic christology. *Scottish Journal of Theology*, 44(4), 519–532.
- Beavers, R. (2019). A Voice to Be Heard: Christian *Entrepreneurs* Living Out Their Faith. *Christian Scholar's Review*, 48(4), 420–424.
- Bertens, P. D. K. (n.d.). *Pengantar Etika Bisnis: Seri Filsafat Atma Jaya 21 (Revisi)*. PT Kanisius. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=3BkZEQAAQBAJ>
- Budi, H. I. S. (n.d.). *Teologi Kewirausahaan: Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dengan Landasan Teologis-Jejak Pustaka*. Jejak Pustaka.
- Butera, E. (2009). Teaching *entrepreneurship* in christian perspective. *40th International Faith and Learning Seminar Held at Asia-Pacific International University*, 19–30.
- Cao, Y., & Jiang, H. (2017). An empirical study on the quality of *entrepreneurship* education based on performance *excellence* management. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(8), 5663–5673.
- Chia, P. S., Th, M., Sulastri, E., & Th, M. (2020). *Forgiveness in the Book of Philemon*. Stiletto Book.
- Choi, H. (2010). Religious institutions and ethnic *entrepreneurship*: The Korean ethnic church as a small *business* incubator. *Economic Development Quarterly*, 24(4), 372–383.
- Christerson, B., & Flory, R. (2017). *The rise of network Christianity: How independent leaders are changing the religious landscape*. Oxford University Press.
- Christmas, M. (2008). *The Church at Antioch*.
- Condro, K. (2019). Kepemimpinan Kerajaan Allah Berdasarkan Ucapan Bahagia Ajaran Yesus Kristus Matius 5: 3-12. *Sanctum Domine: Jurnal Teologi*, 8(2), 65–94.
- Cristiano, A., & Atay, A. (2020). *Millenials and Media Ecology*. Routledge.

- Dameria, M. (2023). Anak Allah dan Anak-Anak Allah (Kristologi Menurut 1 Yohanes dan Maknanya bagi Orang Percaya). *Calvaria Sonus*, 1(1).
- DAN, J. H. T. M. (n.d.). *Eksegese Kewirausahaan Yusuf dalam Perspektif Alkitabiah*.
- Darling, J. R., Keeffe, M. J., & Ross, J. K. (2007). *Entrepreneurial leadership strategies and values: Keys to operational excellence. Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(1), 41–54.
- Deni, D. (2022). Menyikapi Dilema Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Kristen. *Jurnal Teologi Injili*, 2(2), 109–119.
- Diandra, D. (2016). *Strategi Membangun Bisnis Mandiri*. Gramedia Pustaka Utama.
- Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). *Etika bisnis: menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar PLUS+.
- Djupe, P. A., & Conger, K. H. (2012). The population ecology of grassroots democracy: christian right interest populations and citizen participation in the American STATES. *Political Research Quarterly*, 65(4), 924–937.
- Dodd, S. D., & Gotsis, G. (2007). Labour is holy but *business* is dangerous: enterprise *values* from the church fathers to the reformation. *Journal of Enterprising Culture*, 15(02), 133–163.
- Dr. Aslam, M. P., Dr. Ir. Hamid Al Jufri, M. M. M. K., & Dr. Rahmat Fadhli, E. M. (2024). *Kepemimpinan Visioner dan Iklim Organisasi dalam Pendidikan: Optimalisasi Kepuasan Kerja Guru*. Indonesia Emas Group. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=z90VEQAAQBAJ>
- Effendi, D. I. (2014). Internalisasi *Passion* dan Spiritual: Pengembangan Kualitas Konselor. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, (khusus), 396–411.
- Ellingson, S. (2007). *The megachurch and the mainline: Remaking religious tradition in the twenty-first century*. University of Chicago Press.

- Ento, F. F. (2019). *Renungan Harian Kristen: Metanoia* (Vol. 1). CV. Sejati Mitra Mandiri.
- Fultz, K. (2025). *“Jesus Was an Entrepreneur”: Examining Entrepreneurship in Christian Nationalist Contexts*. New Mexico State University.
- Furnham, A. (1990). A content, correlational, and factor analytic study of seven questionnaire measures of the Protestant work ethic. *Human Relations*, 43(4), 383–399.
- Galbinst, Y., Eskelner, M., & Lanslor, T. (n.d.). *Agama Yahudi Dari Asalnya Hingga Ke Zaman Ortodoks Modern*. Cambridge Stanford Books.
- Galford, R. M., & Maruca, R. F. (2006). *Your leadership legacy: Why looking toward the future will make you a better leader today*. Harvard Business Review Press.
- Ghosh, P. (2014). *Max Weber and ‘The Protestant Ethic’: Twin Histories*. OUP Oxford.
- Gibbs, E. (2010). *Kepemimpinan gereja masa mendatang*. BPK Gunung Mulia.
- Greenleaf, R. K. (1970). *What is servant leadership*. New York, NY and Mahwah.
- Greenleaf, R. K. (1998). *The power of servant-leadership*. Berrett-Koehler Publishers.
- Grube, L. E., & Storr, V. H. (2018). Embedded *entrepreneurs* and post-disaster community recovery. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(7–8), 800–821.
- Hadiwijono, H. (2004). *Teologi reformatoris abad ke 20*. BPK Gunung Mulia.
- Harjanto, S. (2019). Visi Pendidikan Berdasarkan Konsep Panggilan: Upaya Menemukan Arah yang Menyatukan Pendidikan Kristen di Berbagai Konteks. *Indonesian Journal of Theology*, 7(1), 46–71.

- Hatta, I. B. S., & Lie, R. (2022). Spiritual *entrepreneurship*: Memaknai spiritualitas kerja Kristen. *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen*, 7(1), 49–64.
- Heidl, S. E. (2025). MODERN RELIGIOUS DRUIDRY: STUDIES IN PAGANISM, CELTIC IDENTITY, AND NATURE SPIRITUALITY. *Religious Studies Review (John Wiley & Sons, Inc.)*, 51(1).
- Hendrawan, S. (2009). *Spiritual Management*. PT Mizan Publika.
- Henry, C. F. H. (1992). Reflections on the Kingdom of God. *Journal of the Evangelical Theological Society*, 35(1), 39–49.
- Hero, M. (2016). The marketing of spiritual services and the role of the religious *entrepreneur*. In *Religions as Brands* (pp. 75–87). Routledge.
- Hidayat, L. A., & Sofa, D. M. (2025). Optimalisasi Biaya Penanganan Keluhan Pelanggan untuk Meningkatkan Margin Keuntungan pada Perusahaan Retail Modern. *Praktek Kerja Lapang Akuntansi*, 2(1), 9–15.
- Hill, A. (2017). *Just business: Christian ethics for the marketplace*. InterVarsity Press.
- Hugo, E. M., & Nuringsih, K. (2020). *Entrepreneurial education, green orientation entrepreneur, dan green value terhadap ecology entrepreneurial intention*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 914–924.
- Hulu, D., Aryani, F., Zalogo, E. F., Nur, T., Harsuti, H., Dewanti, M. A., ... Suci, N. M. (2023). *BUKU AJAR MANAJEMEN KEUANGAN*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=TRXdEAAQBAJ>
- Hummels, H., Bammens, Y., & van Dijk, M. (2022). 4 *Agape in Business. Love and Organization: Lessons of Love for Human Dignity, Leadership and Motivation*.
- Hutahaeen, W. S., & SE, M. T. (2021). *KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA KRISTEN*. Ahlimedia Book.

- Ifadhila, I., Rukmana, A. Y., Erwin, E., Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., ... Setiawan, H. (2024). *Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Transformasi Bisnis di Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ingram, C. (2007a). *Good to Great in God's Eyes: 10 Practices Great Christians Have in Common*. Baker Books.
- Ingram, C. (2007b). *Holy Ambition: What It Take to Make a Difference for God*. Moody Publishers.
- Ingram, C. (2013). *Spiritual Simplicity: Doing Less, Loving More*. Simon and Schuster.
- Ingram, C. (2021). *Yes! You Really CAN Change: What to Do When You're Spiritually Stuck*. Moody Publishers.
- Jaffe, A. (2003). Caveat emptor. *The American Journal of Medicine*, 115(3), 241–244.
- Jones, S. R. (1997). Small *business* and community economic development: transactional lawyering for *social* change and economic justice. *Clinical L. Rev.*, 4, 195.
- Judge, W. Q., & Douglas, T. J. (2013). *Entrepreneurship* as a leap of faith. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 10(1), 37–65.
- Julian, L. (2002). *God is my CEO: Following God's principles in a bottom-line world*. Simon and Schuster.
- Julian, L. G. (1995). *Perceptions and beliefs of teacher educators who work in professional development schools*. The University of North Carolina at Greensboro.
- Juliana, S. M., & Simatupang, P. (2023). The Empowering Church Members in the Implementation of the Creative Economy: An Interpretative Approach to the Concept of *Missionary* Congregation Development. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(04), 1395–1410.

- Kaestner, H., Greear, J. D., & Ingram, C. (2021). *Faith driven entrepreneur: What it takes to step into your purpose and pursue your God-given call to create*. Tyndale House Publishers, Inc.
- Karl, B. D., & Katz, S. N. (1987). Foundations and ruling class elites. *Daedalus*, 1–40.
- Karlau, S. A. (2022). Penciptaan manusia sebagai representatif Allah untuk mewujudkan mandat budaya berdasarkan Kejadian 1: 26-28. *Phronesis: Jurnal Teologi Dan Misi*, 5(1), 122–138.
- Kia, A. D., & Majesty, G. T. (2025a). KONSTRUKSI PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN DI ERA DISRUPSI. In N. O. Tuegeh (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. BANDUNG: CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Kia, A. D., & Majesty, G. T. (2025b). *Kontruksi Pendidikan Agama Kristen di Era Disrupsi*. Widina Media Utama.
- Kurniawan, J. (2024). *Entrepreneurship and Correlation in the Bible Viewed from the Perspective of Christian Education*. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(02), 716–725.
- KURNIAWAN, J. (2025). *KAJIAN TEOLOGIS PEDAGOGIS TERHADAP FENOMENA CHURCHPRENEURSHIP SEBAGAI PEMBERDAYAAN DAN KEMANDIRIAN PENATALAYANAN DI SINODE GEREJA SUARA KEBENARAN INJIL*. Universitas Kristen Indonesia.
- Kusumastuti, D., MH, S. H., & MM, A. K. S. T. S. E. (2021). *Peran Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Pada UMKM di Indonesia*. Unisri Press.
- La Barbera, P. A. (1992). Enterprise in religious-based organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 21(1), 51–67.
- Laitinen, P. (2014). *Spiritual gifts according to C. Peter Wagner*. Åbo Akademis förlag-Åbo Akademi University Press.
- Lalala, E. (2025). *Imago Dei Di Era Digital: Peran Manusia Sebagai Pembawa Misi Allah Dalam Dunia Modern*. *LIMMUD: Jurnal Ilmu Keagamaan Dan Sosial Humaniora*, 2(1), 47–60.

- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. Demos.
- Levangie, J. E. (2004). Seeking God (in the details). *New England Journal of Entrepreneurship*, 7(1), 49–51.
- Litera, P. (2021). *Dialektika Pendidikan dan Agama di Era Kontemporer*.
- Ma, T. (2025). CHURCH PLANTERS: INSIDE THE WORLD OF RELIGION ENTREPRENEURS. *Religious Studies Review (John Wiley & Sons, Inc.)*, 51(1).
- Mabwe, L., Dimingu, C., & Siyawamwaya, F. (2018). The church as a social enterprise: A strategy for economic development. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(02).
- Majesty, G. T., & Juaniva Sidharta. (2025). The Role of Abraham Kuyper's *Cultural Mandate* in Christian Religious Education. *International Journal of Christian Education and Philosophical Inquiry*, 2(3 SE-Articles), 27–33.
<https://doi.org/10.61132/ijcep.v2i3.319>
- Majesty, G. T., & Kia, A. D. (2025). Quo Vadis Penelitian Pendidikan Agama Kristen di Indonesia. *Sukacita: Jurnal Pendidikan Iman Kristen*, 2(4), 1–12.
- Majesty, G. T., & Nadeak, B. (2025). *BUKU AJAR KEPEMIMPINAN KRISTEN*.
- Majesty, G. T., Pane, L. S., & Jura, D. (2025). Pentecostal Charismatic Pedagogy of Peter Hocken in Christian Religious Education. *International Journal of Christian Education and Philosophical Inquiry*, 2(3), 77–86.
- Majesty, G. T., Pane, L. S., & Sihotang, H. (2025). Analysis of Permendikbud No. 53 of 2023 Policy for Christian Religious Education in Indonesia. *Indonesian Journal of Christian Education and Theology*, 4(2), 161–170.

- Manyaka-Boshielo, S. J. (2018). The role of a *missional social entrepreneurial church* in a township community. *HTS Theologiese Studies/Theological Studies*, 74(1).
- Marsaulina, R., & Majesty, G. T. (2025a). Christian Education Curriculum: Discipleship-Based Recovery as a Model for Character Development of Addicts in Drug Rehabilitation Centers. *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 10(1), 295–312.
- Marsaulina, R., & Majesty, G. T. (2025b). Labubu's Adaptation in the Practice of Christian Religious Education Curriculum for Generation Alpha. *International Journal of Christian Education and Philosophical Inquiry*, 2(3), 122–129.
- Marshall, G. (1982). *In search of the spirit of capitalism. An essay on Max Weber's protestant ethic thesis*. Columbia University Press.
- Matten, D., & Moon, J. (2004). *Corporate social responsibility*. *Journal of Business Ethics*, 54(4), 323–337.
- Mau, M, & Amid, M. (2023). Manajemen Pendidikan Kristen dan Kepemimpinan. *BADAN PENERBIT STIEPARI PRESS*. Retrieved from <https://badanpenerbit.stiepari.org/index.php/stieparipress/article/view/160>
- Mau, Marthem. (2019). Studi Survei Alkitab Perjanjian Lama Dan Perjanjian Baru Sebagai Dasar Pengajaran Iman Kristen. *Phronesis: Jurnal Teologi Dan Misi*, 2(1), 31–55.
- Melé, D. (2012). The Christian notion of *Αγάπη* (agápē): Towards a more complete view of *business ethics*. In *Leadership through the classics: Learning management and leadership from ancient East and West philosophy* (pp. 79–91). Springer.
- Miller, R. J. (1950). Papal pronouncements on the *entrepreneur*. *Review of Social Economy*, 8(1), 35–44.
- Mishan, E. J., & Quah, E. (2020). *Cost-benefit analysis*. Routledge.

- Moir, L. (2001). What do we mean by *corporate social responsibility*? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 1(2), 16–22.
- Moltmann, J. (1972). Der " gekreuzigte Gott". *Concilium*, 8(6/7), 407–413.
- Moltmann, J. (1993a). *The church in the power of the Spirit: A contribution to messianic ecclesiology*. Fortress Press.
- Moltmann, J. (1993b). *The Trinity and the kingdom: The doctrine of God*. Fortress Press.
- Moynagh, M. (2017). *Church in Life*. Scm Press.
- Mpogole, H. (2002). *The role of the church on social entrepreneurship development in Tanzania*.
- Mueller, C. E. (2003). The Soul of Black America: 45,000 Black Churches, Perpetual Poverty, and Locked-up Economic Talent. *Antitrust L. & Econ. Rev.*, 32, 57.
- Munawaroh, E., & Mashudi, E. A. (2018). *Resiliensi; Kemampuan Bertahan dalam Tekanan, dan Bangkit dari Keterpurukan*. CV. Pilar Nusantara.
- Naess, A., & Snyder, G. (1995). *The deep ecology movement: An introductory anthology* (Vol. 50). North Atlantic Books.
- Nasution, R. E. P., & Azmi, R. (2023). *Coba Saja Dulul: Kutipan Motivasi Melawan Kegagalan*. Whitecoathunter.
- Nerita, S., Ananda, A., & Mukhaiyar, M. (2023). Pemikiran Konstruktivisme dan Implementasinya dalam Pembelajaran. *Jurnal Education and* Retrieved from <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/4634>
- Nigg, J. M. (1995). *Disaster recovery as a social process*.
- Ningrat, R. B. (2024). *Kepemimpinan Kristen Berbasis Kewirausahaan Dalam Membangun Ekonomi Jemaat Di Gereja Toraja Jemaat Garassik Cabang Kebaktian Piri Klasik Mengkendek Utara*. Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja.

- O'Dell, C., & Jackson Grayson Jr, C. (1999). Knowledge transfer: discover your *value proposition*. *Strategy & Leadership*, 27(2), 10–15.
- Otto, R. E. (1992). God and history in Jürgen Moltmann. *Journal of the Evangelical Theological Society*, 35(3), 375–388.
- P Elvin Atmaja H, O. S. C. (n.d.). *Salib Kristus dan Kaul-Kaul Religius: Mengatasi Tiga Godaan Kehidupan dalam Terang Salib Tuhan*. PT Kanisius.
- Parinussa, C. F. (2023). *Teologi Kerja Jhon Calvin: Kaitan Teologi Kerja Jhon Calvin dengan Spiritualitas Kerja Manusia Toraja sebagai Respon Keselamatan di Jemaat Marintang*. Institut Agama Kristen Negeri Toraja.
- Payne, A., Frow, P., & Eggert, A. (2017). The customer *value proposition*: evolution, development, and application in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(4), 467–489.
- Peekunnel, S. P., & Srinivas, V. (2024). Understanding *agape leadership*: A scoping review. *Pharos Journal of Theology*, 105(1).
- Percy, A. (2017). *Entrepreneurship and catholic social teaching*. In *Entrepreneurship* (pp. 195–209). Routledge.
- Percy, M. (2020). “Your Church Can Grow!”—A Contextual Theological Critique of Megachurches. In *Handbook of Megachurches* (pp. 103–127). Brill.
- Pitt, R. N. (2022). *Church planters: Inside the world of religion entrepreneurs*. Oxford University Press.
- Priyono, B., & Runtuwene, D. E. (2025). PERAN GEREJA DALAM PEMBANGUNAN BANGSA DAN NEGARA, MELALUI DUNIA BISNIS. *Crossroad Research Journal*, 2(3), 1–19.

- Probowati, D. E. P. (2020). Penetapan Margin Keuntungan Murabahah berdasarkan Prosentase Pada Pembiayaan Konsumtif. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 1(2), 63–72.
- Quarter, J., Mook, L., & Ryan, S. (2012). *Businesses with a Difference: Balancing the Social and the Economic*. University of Toronto Press.
- Reumann, J. H. (2014). *Stewardship & the Economy of God*. Wipf and Stock Publishers.
- Rocha, A., García-Perales, R., Cebrián-Martínez, A., & López-Parra, E. (2024). Excellence in Professional Disciplines and Their Importance in Social and Educational Entrepreneurship. *Education Sciences*, 14(4), 389.
- Roddick, A. (2013). *Business as unusual*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rooks, C. M. (2023). *The Christian Entrepreneur: A Phenomenological Study on the Impact of Christian Entrepreneurs as Disciple-Makers*.
- Russell, R. F. (2001). The role of values in servant leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 22(2), 76–84.
- Sanchez, R., & Smith, Y. S. (2013). Entrepreneurship and Faith: What a 12th-Century Nun Has to Say to 21st-Century Entrepreneurs. *Journal of Biblical Integration in Business*, 16(1).
- Sayekti, M. (2020). *Passion?: Seni Meraih Cita-cita dengan atau Tanpa Passion*. Anak Hebat Indonesia.
- Scazzero, P. (2015). *The emotionally healthy leader: How transforming your inner life will deeply transform your church, team, and the world*. Zondervan.
- Sentanu, I. G. E. P. S., Yustiari, S. H., & S AP, M. P. A. (2024). *Mengelola Kolaborasi Stakeholder Dalam Pelayanan Publik*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.

- Setiawan, D. E., & Tasane, R. (2024). Pentingnya Kecerdasan Emosional Terhadap Kepemimpinan Hamba Tuhan Dalam Pengambilan Keputusan Berdasarkan 1 Raja-Raja 3: 16-28. *Jurnal Kala Nea*, 5(2), 102–123.
- Setyaningrum, R. P., SE, M. M., Titik Purwati, M. M., Novi Fitria, H., & SKM, M. M. (2024). *Kewirausahaan: Teori, Proses, dan Implementasinya*. PT Kimhsafi Alung Cipta.
- Sherman, A. L. (2011). *Kingdom calling: Vocational stewardship for the common good*. InterVarsity Press.
- Sherman, B. J., Bateman, K. M., Jeong, S., & Hudock, L. A. (2021). Dialogic meta-ethnography: troubling methodology in ethnographically informed qualitative inquiry. *Cultural Studies of Science Education*, 16, 279–302.
- Shinen, B. (2020). *The Christian entrepreneur: Dream, plan, execute, grow*. Baker Books.
- Shumba, V. (2015). The role of Christian churches in entrepreneurial stimulation. *The International Journal of Business & Management*, 3(7).
- Siahaan, H. E. R., Kause, M., & Siagian, F. (2022). Teologi Hospitalitas: Sebuah Diskursus Konstruktif Agama Merevitalisasi Nilai-Nilai Kemanusiaan. *KAMBOTI: Jurnal Sosial Dan* Retrieved from <https://jurnal.ildikti12.id/index.php/kamboti/article/view/45>
- Sianipar, R. P. (2019). Panggilan Tuhan di dalam hidup orang percaya. *The Way: Jurnal Teologi Dan Kependidikan*, 5(2), 133–145.
- Sijabat, N. (n.d.). *365 Hari Saat Teduh Tiada Henti Bagian 2: Refleksi Harian Untuk Pertumbuhan Rohani*. Penerbit Adab.
- Silalahi, J. N. (2019). Paulus Sang Entrepreneur. *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, 1(1), 1–18.
- Simon, W. H. (2001). *The community economic development movement: Law, business, and the new social policy*. Duke University Press.

- Sirait, M. A., & Sitanggang, P. M. (2025). Jabatan Gerejawi Dalam Teologi Martin Luther: Suatu Studi Teologis Terhadap Posisi Pelayan Gereja. *Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kerusso*, 10(1), 24–34.
- Sorley, C. (2011). Christ, creation *stewardship*, and *missions*: How discipleship into a biblical worldview on environmental *stewardship* can transform people and their land. *International Bulletin of Missionary Research*, 35(3), 137–143.
- Suhartono, T., Gultom, J., & Widiada, G. (2023). Menyatukan Integritas Pemimpin Dan Kedewasaan Rohani: Studi Tentang Internalisasi Buah Roh Dalam Komunitas Gereja. *Matheo: Jurnal Teologi/Kependetaan*, 13(1), 1–18.
- Susanto, H. (2013). *101 Kebiasaan Penjual yang Sukses*. Elex Media Komputindo.
- Sweeden, J. R. (2023). Vocation and the *Stewardship* of Place. *Christian Scholar's Review*, 52(4), 119–126.
- Syam, N. (2010). *Agama Pelacur; Dramaturgi Transendental*. LKIS Pelangi Aksara.
- Tang, S.-K. (1995). *God's history in the theology of Jurgen Moltmann*. University of St. Andrews (United Kingdom).
- Team, S. O. S. (2013). *Pemanasan Global-Solusi dan Peluang Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tobing, W. I. A. D. (n.d.). Kebangkitan Spiritualitas Bisnis Dalam Tanggungjawab Sosial Perusahaan Bagi Masyarakat. *Etika Eko*, 201.
- Torsu, L. Y. (2020). *Entrepreneurship, Human Livelihood, The Bible and Christian Living*. *E-Journal of Religious and Theological Studies*, 6(1), 27–34.
- Triono, N., & Th, M. (2025). *Menemukan Konsep Karakter Kristen Melalui Pendekatan Ilmiah*. Detak Pustaka.

- Tripustikasari, E. (2025). Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pentingnya Dana Darurat dalam Menghadapi Ketidakpastian pada Masyarakat Banyumas. *Solusi Bersama: Jurnal Pengabdian Dan Kesejahteraan Masyarakat*, 2(1), 48–54.
- Tuegeh, N. O., & Majesty, G. T. (2025). EVALUASI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN. In D. W. Kansil (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. BANDUNG: CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Tumanan, P. K. M. (2008). *Kerajaan Imam: Teologi Kerajaan Allah dan Implikasinya bagi Pemuridan Kristen Masa Kini*.
- Ulrich, D., & Brockbank, W. (2005). *The HR value proposition*. Harvard Business Press.
- UTAMA, P. T. P. P. K. (n.d.). *MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA*.
- Van Dierendonck, D. (2011). *Servant leadership: A review and synthesis*. *Journal of Management*, 37(4), 1228–1261.
- Van Duzer, J., Franz, R. S., Karns, G. L., Wong, K. L., & Daniels, D. (2006). It's not your *business*: a Christian reflection on *stewardship and business*. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 3(4), 348–374.
- von Nursia, B. (2021). *Die Regel des heiligen Benedikt* (Vol. 25). Jazzybee Verlag.
- Vonk, E. (2022). *Faith Driven Entrepreneur: What it Takes to Step into Your Purpose and Pursue Your God-Given Call to Create*.
- Wagey, R. C. (2012). Karunia Roh Menurut Pengajaran Rasul Paulus: Suatu Kajian Teologis Terhadap Pandangan Neo-Pentakosta Tentang Karunia Spektakular. *Missio Ecclesiae*, 1(1), 44–86.
- Wagner, C. P. (2000). *Apostles and Prophets: the Foundation of the Church*. Baker Books.
- Wagner, C. P. (2012a). 2 The New Apostolic Reformation. *Renewal Journals*, 409.
- Wagner, C. P. (2012b). *Apostles today*. Baker Books.

- Wallace, S. L. (1999). *Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4(2), 153.
- Ward, L. (2024). Faith in Action: *Entrepreneurship and the Local Church. Transforming Work: Missiological Perspectives for the Church in the World*, 30, 308.
- Waruwu, E. W., & Lawalata, M. (2023). Peran Guru Pendidikan Agama Kristen Dalam Membangun Kesadaran Spiritual Bagi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era 5.0. *EDULEAD: Journal of Christian Education and Leadership*, 4(2), 144–155.
- Weber, M., & Kalberg, S. (2013). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. Routledge.
- Webster, D. D. (2009). *Selling Jesus: What's wrong with marketing the church*. Wipf and Stock Publishers.
- Widayat, P. A. (2014). Kepemimpinan profetik: Rekonstruksi model kepemimpinan berkarakter keindonesiaan. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 19(1), 18–34.
- Widjaja, I., & Hutagaol, T. S. (2020). Fenomena dan Kontribusi Teologi Kontemporer Terhadap Pertumbuhan Iman Kristen. *Journal of Religious and Socio-Cultural*, 1(2), 157–176.
- Widodo, A. (2023). *Pokok-pokok Kristologi Partistik*. Sanata Dharma University Press.
- Wiehe, P., & McFadden, L. (2009). *More Dumb Things Churches Do and New Strategies for Avoiding Them*. Church Publishing, Inc.
- Wijaya, Y. (2010). *Kesalehan pasar: kajian teologis terhadap isu-isu ekonomi dan bisnis di Indonesia*. Yahya Wijaya.
- Wijaya, Y. (2021). Profitability, Solidarity, Sustainability. *Yogyakarta: Taman Pustaka Kristen Indonesia Dan Fakultas Teologi UKDW*, 35, 14.
- Windsor, D. (2001). The future of *corporate social responsibility. The International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225–256.

- Wright, C. J. H. (2025). *The mission of God: Unlocking the Bible's grand narrative*. InterVarsity Press.
- Xiao, Y., Wu, K., Finn, D., & Chandrasekhar, D. (2022). Community businesses as social units in post-disaster recovery. *Journal of Planning Education and Research*, 42(1), 76–89.

CHURCHPRENEUR

Panggilan Wirausaha Dalam Panggilan Iman

Buku "Churchpreneur: Panggilan Wirausaha Dalam Panggilan Iman" memotret sebuah paradigma baru yang revolusioner: bahwa dunia bisnis dan iman Kristen bukanlah dua ranah yang terpisah. Buku ini menjabarkan konsep "churchpreneur" atau wirausaha gerejawi, di mana jiwa kewirausahaan dibangkitkan untuk menjawab panggilan iman. Pembaca diajak untuk melihat bisnis tidak sekadar sebagai pencarian profit, melainkan sebagai medan pelayanan, alat untuk memberkati sesama, dan sarana memuliakan Tuhan. Melalui pemikiran teologis yang mendalam dan prinsip-prinsip bisnis yang praktis, buku ini menjadi panduan bagi setiap orang percaya baik yang sudah berkecimpung di dunia usaha maupun yang baru terdorong untuk memulai. Dibahas bagaimana integritas, pelayanan, dan nilai-nilai Kerajaan Allah dapat menjadi fondasi dalam membangun sebuah usaha yang berkelanjutan dan berdampak. "Churchpreneur" adalah seruan untuk menghidupi panggilan sebagai garam dan terang di tengah dunia ekonomi yang dinamis.

 www.penerbitwidina.com
 @penerbitwidina
 penerbit widina
 penerbitwidina@gmail.com
 widina store
 widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699



SCANME

Bisnis & Kewirausahaan

ISBN 978-634-246-510-3



9

786342

465103