

MARKETPLACE MINISTRY

BISNIS SEBAGAI PANGGILAN
DAN PELAYANAN



RUDY C TARUMINGKENG

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD

Professor of Management NUP: 9903252922

Rector, Cenderawasih State University, Papua (1978-1988)

Rector, Krida Wacana Christian University, Jakarta (1991-2000)

Chairman, Board of Professors, IPB-University, Bogor (2005-2006)

Data Analyst, Concurrently Chairman, Academic Senate, IBM-ASMI, Jakarta

© RUDYCT Academic Series

rudyclt75@gmail.com

Bogor, Indonesia

10 November 2025

MARKETPLACE MINISTRY: BISNIS SEBAGAI PANGGILAN DAN PELAYANAN

Biblical Foundations for Business as Calling and Ministry

RudyCT Academic Series 2025

Pendahuluan: Bisnis sebagai Medan Pelayanan

Dalam teologi modern, istilah *Marketplace Ministry* muncul sebagai upaya mereposisi dunia kerja dan bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga ruang pelayanan (*ministry field*). Ide ini berangkat dari keyakinan bahwa iman tidak boleh terpisah dari dunia kerja. Dunia bisnis—dengan segala kompleksitasnya—bisa menjadi arena nyata untuk menghadirkan nilai-nilai Kerajaan Allah: kejujuran, keadilan, kasih, dan tanggung jawab sosial.

Dalam sejarah Gereja, pandangan tradisional sering memisahkan “dunia rohani” (gereja, pelayanan) dan “dunia sekuler” (bisnis, politik, industri). Padahal, dalam Alkitab, panggilan Tuhan (*calling*) selalu mencakup seluruh aspek kehidupan. “Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia” (Kolose 3:23). Ayat ini menegaskan bahwa bekerja adalah bentuk ibadah, dan bisnis adalah bentuk pelayanan sosial-ekonomi yang memiliki nilai kekal bila dilakukan dengan integritas dan kasih.

Bab I. Konsep Marketplace Ministry: Definisi dan Ruang Lingkup

Marketplace Ministry dapat didefinisikan sebagai:

"Pelayanan di dunia kerja dan bisnis, di mana orang percaya mempraktikkan prinsip-prinsip iman Kristen dalam setiap aspek ekonomi, manajerial, dan profesional, untuk menjadi terang dan garam di tengah dunia."

1.1. Dimensi Ganda: Profesionalisme dan Spiritualitas

Marketplace Ministry menggabungkan dua dimensi:

- **Dimensi profesional:** berorientasi pada efisiensi, inovasi, dan nilai tambah ekonomi.
- **Dimensi spiritual:** berakar pada etika Alkitabiah, kasih, dan pengabdian kepada Tuhan.

Seorang pengusaha Kristen bukan hanya manajer laba (*profit manager*), melainkan juga pelayan nilai (*value steward*). Ia mengelola modal, waktu, dan manusia sebagai *talenta* (Matius 25:14–30), dengan kesadaran bahwa semuanya adalah milik Tuhan.

1.2. Tujuan Marketplace Ministry

1. Menyaksikan kasih Kristus melalui etika bisnis.
2. Menjadikan dunia kerja sebagai ladang penginjilan non-verbal.
3. Memberdayakan masyarakat dengan prinsip keadilan dan kesejahteraan.
4. Membangun budaya kerja yang meneladani Kristus (Filipi 2:5–11).

Bab II. Dasar Alkitabiah: Bisnis sebagai Panggilan (Calling)

2.1. Panggilan dalam Teologi Reformasi

Martin Luther menolak dikotomi antara “pelayanan suci” dan “pekerjaan duniawi.” Ia menegaskan bahwa tukang roti, petani, pedagang, dan pejabat adalah alat Allah yang melayani masyarakat. Dalam kata-katanya: “Pekerjaan seorang ibu rumah tangga sama sucinya dengan pelayanan seorang pendeta di altar.”

Pandangan ini menegaskan bahwa *calling* tidak terbatas pada pelayanan gerejawi, tetapi mencakup setiap profesi yang dijalankan untuk kemuliaan Tuhan (*Soli Deo Gloria*).

2.2. Fondasi Alkitabiah

Beberapa prinsip dasar dari Alkitab:

a. Allah sebagai Pekerja Pertama (Kejadian 1–2)

Tuhan menciptakan dunia dengan kerja kreatif. Ia menempatkan manusia sebagai *co-creator* untuk memelihara ciptaan-Nya. Tugas “mengusahakan dan memelihara taman” (Kej. 2:15) adalah mandat budaya yang menjadi dasar spiritual bagi seluruh pekerjaan manusia.

b. Yesus sebagai Teladan Pekerja

Sebelum memulai pelayanan publik, Yesus bekerja sebagai tukang kayu di Nazaret (Markus 6:3). Ia menghargai kerja sebagai panggilan mulia, bukan sekadar mencari nafkah.

c. Etika Kerja dalam Amsal

Kitab Amsal penuh dengan prinsip bisnis:

- Kejujuran dalam timbangan (Amsal 11:1).
- Kerajinan sebagai dasar kemakmuran (Amsal 10:4).
- Rencana yang matang (Amsal 21:5).
- Menghindari keserakahan dan kecurangan (Amsal 28:6).

d. Keadilan dan Tanggung Jawab Sosial

Nabi Amos, Yesaya, dan Mikha menegur praktik bisnis yang menindas orang miskin. Dalam konteks modern, ini berarti menolak monopoli, korupsi, dan eksploitasi tenaga kerja. Tuhan menuntut keadilan ekonomi sebagai bagian dari ibadah sejati (Mikha 6:8).

Bab III. Etika Kerja Kristen dan Prinsip Bisnis Alkitabiah

3.1. Prinsip Dasar

1. **Integritas:** "Ya katakan ya, tidak katakan tidak" (Matius 5:37).
2. **Keadilan:** "Janganlah kamu menahan upah orang upahan" (Imamat 19:13).
3. **Kasih dan Kepedulian Sosial:** "Kasihilah sesamamu manusia seperti dirimu sendiri" (Matius 22:39).
4. **Pengelolaan Talenta:** "Setiap orang akan diminta pertanggungjawaban atas talenta yang dipercayakan kepadanya" (Matius 25:14–30).
5. **Akuntabilitas:** "Kamu tidak dapat melayani Allah dan Mamon" (Matius 6:24).

3.2. Etika Profit dan Stewardship

Dalam paradigma Kristen, laba (*profit*) bukan tujuan akhir, melainkan hasil dari pelayanan yang baik. Bisnis Kristen harus mengelola laba sebagai sarana untuk memperluas kesejahteraan bersama (*common good*). Ini berbeda dari kapitalisme ekstrem yang menuhankan keuntungan.

Contoh nyata: Perusahaan-perusahaan Kristen seperti *ServiceMaster* atau *Chick-fil-A* di Amerika, serta *Kawan Lama Group* di Indonesia, menunjukkan bahwa orientasi pelayanan dan nilai-nilai spiritual dapat berjalan seiring dengan kesuksesan finansial.

Bab IV. Marketplace Ministry dan Transformasi Sosial

4.1. Bisnis sebagai Agen Transformasi

Marketplace Ministry bukan hanya tentang “menjadi Kristen di tempat kerja,” tetapi tentang mentransformasi sistem ekonomi melalui nilai-nilai Injil: transparansi, tanggung jawab sosial, dan keadilan.

Konsep ini dikenal sebagai “**Kingdom Business**”—bisnis yang dijalankan untuk menghadirkan Kerajaan Allah di bumi.

4.2. Dimensi Sosial dan Misi

- **Membangun lapangan kerja yang adil.**
- **Memberdayakan komunitas lokal.**
- **Menggunakan keuntungan untuk tujuan sosial.**
- **Meningkatkan martabat manusia melalui inovasi.**

Contoh kasus: Program *microfinance* berbasis gereja di Filipina dan Kenya telah membantu ribuan keluarga keluar dari kemiskinan dengan menggabungkan pelatihan bisnis dan pembinaan iman.

Bab V. Marketplace Leader sebagai Pelayan (Servant Leader)

Marketplace Ministry menuntut model kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*), bukan yang mendominasi.

5.1. Model Yesus

Yesus berkata:

“Barangsiapa ingin menjadi besar di antara kamu, hendaklah ia menjadi pelayanmu.” (Matius 20:26)

Pemimpin bisnis Kristen dipanggil bukan untuk mengejar status, tetapi untuk memberdayakan tim, menciptakan lingkungan kerja yang manusiawi, dan menumbuhkan potensi orang lain.

5.2. Spiritualitas dalam Kepemimpinan Bisnis

Kepemimpinan yang spiritual menuntun organisasi dengan visi moral:

- Visi sebagai *panggilan ilahi* (calling).
- Keputusan berbasis prinsip, bukan tekanan pasar.
- Manajemen yang memuliakan Tuhan, bukan ego.

Bab VI. Studi Kasus: Implementasi Marketplace Ministry di Dunia Nyata

6.1. Biblical Entrepreneurship Program (Nehemiah Project, USA)

Program ini mengintegrasikan prinsip bisnis modern dengan ajaran Alkitab. Peserta diajarkan membuat rencana bisnis berdasarkan nilai-nilai Kristen: kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan sosial.

6.2. Kingdom Business Network (KBN) di Asia

Komunitas pebisnis Kristen yang berkomitmen menjadikan bisnis sebagai *alat misi*. Mereka mengadakan *business prayer meeting*, pelatihan etika, dan proyek pemberdayaan masyarakat.

6.3. Koperasi Berbasis Gereja di Indonesia

Beberapa gereja di Jawa dan Sulawesi mengembangkan koperasi anggota yang menekankan kesejahteraan bersama, transparansi, dan pelatihan literasi keuangan—menjadi model *faith-based economic empowerment*.

Bab VII. Tantangan Marketplace Ministry di Era Modern

7.1. Sekularisasi Dunia Kerja

Banyak profesional Kristen terjebak dalam dilema: iman di gereja, kompetisi di kantor. Tantangan terbesar adalah bagaimana

mempertahankan nilai-nilai iman di lingkungan bisnis yang menuntut efisiensi dan keuntungan.

7.2. Etika Digital dan AI

Dalam era bisnis digital, godaan manipulasi data, *surveillance capitalism*, dan *algorithmic bias* menuntut integritas baru. Marketplace Ministry kini harus menjawab pertanyaan etis seputar teknologi:

Bagaimana menjadi “garam dan terang” dalam ekonomi digital yang dikendalikan algoritma?

7.3. Keadilan Ekologis dan Bisnis Berkelanjutan

Marketplace Ministry juga harus menafsir ulang mandat budaya dalam konteks krisis iklim: menjadi pelaku ekonomi yang berorientasi pada keberlanjutan (*sustainability stewardship*).

Bab VIII. Marketplace Ministry dan Gereja Modern

8.1. Integrasi antara Gereja dan Dunia Usaha

Gereja tidak boleh hanya menekankan pelayanan mimbar. Marketplace Ministry menuntut paradigma baru:

- Gereja sebagai *center of empowerment*, bukan hanya *center of worship*.
- Pelatihan kewirausahaan beretika.
- *Mentoring marketplace leaders*.

8.2. Misi Gereja di Dunia Bisnis

Dalam *Great Commission* (Matius 28:19–20), Yesus tidak membatasi konteks misi pada ruang gereja. Dunia kerja adalah ladang misi yang luas. Melalui Marketplace Ministry, Injil hadir bukan lewat khotbah, melainkan lewat *praktik hidup sehari-hari*.

Bab IX. Paradigma Teologis Baru: Dari Dualisme ke Holisme

Marketplace Ministry menghancurkan dikotomi antara sakral dan sekuler. Segala sesuatu yang dilakukan dengan kasih dan kejujuran adalah *pelayanan kepada Allah*.

Model teologi kerja baru:

Aspek	Teologi Lama	Teologi Marketplace
Fokus	Gereja dan ibadah	Dunia kerja sebagai altar
Pekerjaan	Sekuler	Sakral
Tujuan	Keuntungan pribadi	Transformasi sosial
Spiritualitas	Ritualistik	Holistik dan praktis

Bab X. Model Praktis Marketplace Ministry

10.1. Lima Pilar Implementasi

1. **Vocation (Panggilan):** Sadari pekerjaan sebagai kehendak Tuhan.
2. **Value (Nilai):** Terapkan nilai-nilai kasih, keadilan, dan integritas.
3. **Vision (Visi):** Gunakan bisnis untuk memuliakan Tuhan dan menolong sesama.
4. **Virtue (Kebajikan):** Hidupkan etika Kristen dalam keputusan bisnis.
5. **Venture (Tindakan):** Jadikan inovasi dan pelayanan sosial sebagai ekspresi iman.

10.2. Moral Arc of Marketplace Ministry

(Reflektif Infografik Konseptual)

From Work → Worship → Witness → Wisdom → Wholeness

- **Work:** pekerjaan adalah bagian dari mandat Allah.
- **Worship:** bekerja sebagai ibadah.
- **Witness:** menjadi saksi melalui integritas dan kasih.
- **Wisdom:** mengelola sumber daya dengan hikmat.
- **Wholeness:** membangun kesejahteraan bersama (shalom economics).

Penutup: Bisnis sebagai Liturgi Kehidupan

Marketplace Ministry menegaskan bahwa meja kerja bisa menjadi altar, kontrak bisnis bisa menjadi bentuk ibadah, dan laba bisa menjadi alat pelayanan. Dunia bisnis yang dijalankan dengan kasih dan keadilan adalah wujud nyata dari doa "Datanglah Kerajaan-Mu."

Dalam dunia yang dikuasai logika pasar dan kompetisi, Marketplace Ministry memanggil orang percaya untuk menunjukkan bahwa kasih, bukan hanya kapital, yang menggerakkan ekonomi yang bermakna.

Glosarium

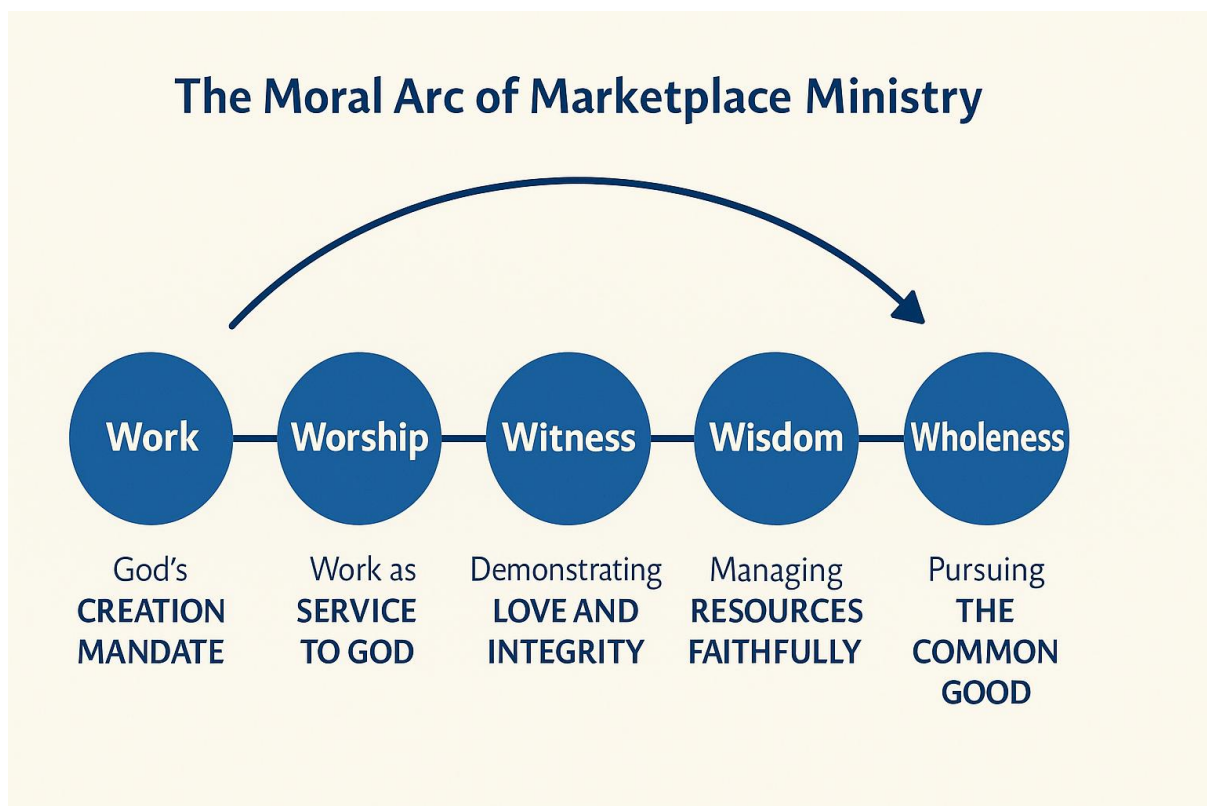
Istilah	Definisi Singkat
Marketplace Ministry	Pelayanan iman di dunia bisnis dan profesional.
Calling (Panggilan)	Kesadaran ilahi untuk melayani Tuhan melalui profesi.

Istilah	Definisi Singkat
Stewardship	Pengelolaan sumber daya dengan tanggung jawab moral kepada Allah.
Servant Leadership	Kepemimpinan yang melayani dan meneladani Kristus.
Kingdom Business	Bisnis yang dijalankan untuk menghadirkan nilai-nilai Kerajaan Allah.
Shalom Economics	Ekonomi yang berorientasi pada kesejahteraan, keadilan, dan harmoni.
Mandate of Creation	Tugas manusia untuk mengusahakan dan memelihara ciptaan Allah.

Referensi Pilihan

1. Luther, M. (1520). *The Babylonian Captivity of the Church*.
2. Kuyper, A. (1898). *Lectures on Calvinism*.
3. Grudem, W. (2003). *Business for the Glory of God*.
4. Eldred, K. (2005). *God Is at Work: Transforming People and Nations Through Business*.
5. Hillman, O. (2008). *The 9 to 5 Window: How Faith Can Transform the Workplace*.
6. Novak, M. (1982). *The Spirit of Democratic Capitalism*.
7. Wong, K. L., & Rae, S. (2011). *Business for the Common Good: A Christian Vision for the Marketplace*.

8. Tarumingkeng, R. C. (2024). *Faith and AI Ethics*. RudyCT Academic Series 2025.
9. Tarumingkeng, R. C. (2025). *Leadership 5.0 and the Moral Economy of Business*.
10. Wright, N. T. (2010). *After You Believe: Why Christian Character Matters*.



REFLEKSI DAN DISKUSI:

Bisnis sebagai Pelayanan dalam Dunia yang Terfragmentasi

Marketplace Ministry memanggil orang percaya untuk meninjau ulang bagaimana iman diwujudkan di tengah sistem ekonomi yang sering kali dikendalikan oleh kepentingan pribadi, persaingan tak etis, dan tekanan pasar. Dalam konteks ini, refleksi teologis menjadi penting bukan hanya untuk membentuk perilaku etis, tetapi juga untuk menuntun transformasi sistemik—agar ekonomi menjadi wadah *shalom* (damai sejahtera) dan keadilan sosial.

1. Bisnis Sebagai Ibadah: Dari Transaksi Menuju Transformasi

Dalam refleksi teologis, kerja bukan hanya aktivitas ekonomi, melainkan *liturgi kehidupan*. Seorang pengusaha Kristen seharusnya memandang setiap keputusan bisnis—baik dalam produksi, pemasaran, maupun keuangan—sebagai kesempatan untuk menyembah Allah melalui tindakan yang adil dan kasih.

Dengan demikian, *profit* bukanlah tujuan akhir, melainkan bukti keandalan dalam mengelola berkat Tuhan. Paradigma ini mengubah cara pandang dari *transactional economy* menjadi *transformational economy*—dari sekadar menciptakan nilai tambah finansial menjadi menghadirkan nilai-nilai Kerajaan Allah.

Refleksi pribadi:

Bagaimana jika setiap rapat direksi dimulai dengan doa, bukan hanya untuk keberhasilan bisnis, tetapi agar keputusan yang diambil menjadi saluran kasih Tuhan bagi banyak orang?

2. Dari Mamon ke Misi: Reorientasi Tujuan Ekonomi

Yesus secara tegas mengatakan, “Kamu tidak dapat melayani Allah dan Mamon” (Mat. 6:24). Ini bukan sekadar larangan, tetapi peringatan tentang bahaya menjadikan uang sebagai pusat kehidupan. Marketplace Ministry menantang setiap pebisnis Kristen untuk menempatkan *misi di atas margin*.

Keuntungan tetap penting, tetapi bukan segalanya. Tujuan akhir bisnis yang berlandaskan iman adalah melayani, mencipta lapangan kerja yang bermartabat, dan memperluas kesejahteraan publik. Dengan demikian, dunia usaha menjadi *misi sosial* yang melanjutkan karya penebusan Kristus dalam ranah ekonomi.

3. Etika Kerja di Era AI dan Disrupsi Digital

Dalam era algoritma dan otomatisasi, refleksi etis menjadi semakin mendesak. Apakah AI akan menggantikan manusia, atau justru membantu manusia menunaikan mandat budaya dengan lebih bijaksana?

Marketplace Ministry harus menjadi penjaga nurani dalam revolusi digital ini—memastikan bahwa inovasi teknologi tetap berpihak pada kemanusiaan, bukan hanya efisiensi. Integritas data, privasi pengguna, serta keberlanjutan digital harus menjadi bagian dari spiritualitas bisnis modern.

Pertanyaan reflektif:

Bagaimana pebisnis Kristen dapat memastikan bahwa algoritma yang mereka kembangkan tidak mengandung bias dan ketidakadilan sosial?

4. Keadilan Sosial sebagai Bentuk Kasih

Para nabi Perjanjian Lama dengan keras menegur pedagang yang “memakai timbangan curang.” Dalam dunia modern, bentuk ketidakadilan ekonomi mungkin muncul sebagai manipulasi harga, upah tak layak, atau eksploitasi sumber daya. Marketplace Ministry memanggil kita untuk memperjuangkan *just economics*—ekonomi yang menegakkan keadilan dan memperhatikan yang lemah.

Konsep ini sejalan dengan prinsip *shalom* dalam Kitab Suci: keadaan di mana semua ciptaan hidup dalam harmoni. Bisnis yang dijalankan dengan kasih dan keadilan menjadi perpanjangan tangan Tuhan dalam memulihkan dunia yang rusak oleh keserakahan.

5. Spiritualitas Kerja di Dunia yang Fragmentaris

Dunia kerja modern penuh tekanan, target, dan kompetisi. Banyak profesional Kristen terjebak dalam dualisme spiritual: mereka aktif di gereja, tetapi kehilangan makna rohani di tempat kerja. Marketplace Ministry menembus sekat itu dengan menegaskan bahwa *spiritualitas bukan pelarian dari dunia kerja, melainkan kekuatan untuk menebusnya*.

Melalui doa, refleksi, dan komunitas marketplace, pekerja Kristen dipanggil untuk menjadikan ruang kerja sebagai altar pelayanan—tempat mereka menjadi saksi hidup tentang kasih dan keadilan Allah.

6. Ekonomi Kasih: Dari Kapitalisme ke Komunio

Ekonomi dunia sering dikendalikan oleh prinsip persaingan bebas (*survival of the fittest*). Sebaliknya, *ekonomi kasih* (economy of communion) menekankan kerja sama, solidaritas, dan pengorbanan demi kesejahteraan bersama.

Gagasan ini sejalan dengan tindakan Kristus yang “datang bukan untuk dilayani, melainkan untuk melayani.” Gereja dan pelaku bisnis Kristen perlu memperjuangkan model bisnis yang menempatkan manusia di atas keuntungan—seperti koperasi beretika, usaha sosial, dan model *impact investment*.

7. Spirit “Work as Worship”: Membangun Liturgi Baru di Dunia Kerja

Marketplace Ministry mengajak pekerja untuk memandang kantor atau pabrik sebagai tempat ibadah. Dalam setiap tindakan—menandatangani kontrak, memimpin rapat, atau melayani pelanggan—ada nilai liturgis: mempersembahkan hasil kerja kepada Tuhan.

Konsep ini dikenal sebagai **Liturgi Ekonomi**—sebuah spiritualitas kerja di mana *produktivitas* menjadi ekspresi iman, dan *profitabilitas* menjadi sarana bagi pelayanan. Dalam hal ini, kerja menjadi bentuk doa yang hidup.

8. Pergumulan Moral dan Tantangan Globalisasi

Globalisasi membawa peluang besar, namun juga menciptakan ketimpangan sosial. Banyak pebisnis Kristen menghadapi dilema antara menjaga harga murah dan melindungi pekerja. Dalam refleksi Marketplace Ministry, keputusan etis tidak boleh didikte oleh pasar, melainkan oleh hati nurani yang diterangi Roh Kudus.

Salah satu tantangan utama adalah menghindari *compartmentalized faith*—iman yang hanya berfungsi di hari Minggu, tapi diam di hari kerja. Keutuhan (*wholeness*) yang menjadi tahap akhir dari *Moral Arc* berarti integrasi total antara iman, moral, dan profesionalisme.

9. Spirit Shalom dan Pembangunan Berkelanjutan

Marketplace Ministry juga menegaskan bahwa pelayanan di pasar harus memperhatikan dimensi ekologis. Eksploitasi alam, polusi, dan perubahan iklim adalah bentuk dosa struktural terhadap ciptaan.

Seorang pebisnis Kristen harus menjadi *guardian of creation*—mengelola sumber daya secara berkelanjutan sebagai wujud kasih terhadap sesama generasi.

Dengan demikian, ekonomi Kristen tidak berhenti pada kesejahteraan manusia, tetapi meluas pada *rekonsiliasi dengan alam*.

10. Kesaksian Iman di Tengah Dunia Global

Kesaksian iman tidak selalu harus berupa kata-kata, tetapi bisa diwujudkan lewat kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kepemimpinan yang penuh kasih. Marketplace Ministry memungkinkan Injil hadir di ruang rapat, pasar saham, hingga pabrik—melalui etos kerja yang transparan, pelayanan yang tulus, dan semangat inovasi yang mengangkat harkat manusia.

Refleksi:

Mungkin dunia tidak lagi mendengar khotbah dari mimbar, tetapi masih bisa membaca Injil dari cara kita bekerja.

Kesimpulan Reflektif

Marketplace Ministry mengembalikan makna kerja sebagai bagian dari penyembahan kepada Tuhan. Di tengah dunia yang sering memisahkan

iman dan profesi, konsep ini mengajak kita menghidupi integritas di tengah sistem yang rapuh.

Dari **Work** → **Worship** → **Witness** → **Wisdom** → **Wholeness**, perjalanan ini bukan hanya moral, tetapi juga spiritual—mengarah pada transformasi pribadi, sosial, dan bahkan ekologis.

Bisnis sebagai pelayanan bukan ideal utopis, melainkan mandat ilahi yang menuntun dunia menuju *shalom economics*—ekonomi kasih, keadilan, dan keberlanjutan.

Copilot for this article - Chatgpt 5, Access date: 10 November 2025.
Prompting on Writer's account ([Rudy C Tarumingkeng](#))
<https://chatgpt.com/c/6911f938-01c4-8322-9e2f-084ce2e18da7>