

Revitalisasi Pastoral Gerejawi dan Krisis Etika: Studi tentang Kepemimpinan Gerejawi di tengah Fenomena Komersialisasi Pelayanan

Jerry F. Tiwa¹, Yohana Fajar Rahayu²

¹Sekolah Tinggi Alkitab Batu

²Sekolah Tinggi Teologi Nusantara, Salatiga

Correspondence: jerrytiwa123@gmail.com

Abstract. Commercialization in contemporary church life has generated an ethical crisis that threatens the integrity of pastoral ministry. The paradigm of ministry, which originally focused on spiritual devotion, has now shifted toward a business-oriented management approach. This shift creates a dilemma for church leadership between faithfulness to pastoral calling and economic demands, reflected in paid ministry practices, spiritual marketing, and hedonistic lifestyles that contradict the principles of simplicity exemplified by Jesus Christ. This study aims to examine the ethical crisis in church leadership amid the widespread commercialization of ministry through a qualitative method. The findings reveal that the essence of church leadership lies in the calling to shepherd the congregation according to biblical values. However, in adapting to contemporary demands, churches often become entangled in commercialization. Amid increasingly complex economic pressures, theological spirituality becomes essential as a critique of commercialization theology that disregards the sacredness of ecclesiastical calling. Therefore, the church needs to return to a pure spirituality grounded in the theology of the cross as the foundation for restoring the integrity of pastoral ministry.

Abstrak. Komersialisasi dalam kehidupan gereja masa kini telah memunculkan krisis etika yang mengancam integritas pelayanan pastoral. Paradigma pelayanan yang semula berfokus pada peng-abdian spiritual kini beralih ke arah pengelolaan bercorak bisnis. Pergeseran ini menimbulkan dilema bagi kepemimpinan gereja, antara kesetiaan pada panggilan pastoral dan tuntutan ekonomi, yang tercermin dalam praktik pelayanan berbayar, pemasaran spiritual, hingga gaya hidup hedonisme yang bertentangan dengan prinsip kesederhanaan Yesus Kristus. Penelitian ini bertujuan mengkaji secara teologis krisis etika kepemimpinan gereja di tengah maraknya komersialisasi pelayanan dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hakikat pemimpin gereja terletak pada panggilan menggembalakan umat berdasarkan nilai-nilai alkitabiah. Namun, dalam adaptasi kontekstual terhadap tuntutan zaman, gereja kerap terjebak dalam arus komersialisasi. Di tengah tekanan ekonomi yang kompleks, spiritualitas teologis menjadi penting sebagai kritik terhadap teologi komersialisasi yang mengabaikan kesakralan panggilan gerejawi. Oleh karena itu, gereja perlu kembali pada spiritualitas murni berbasis teologi salib sebagai dasar pemulihkan integritas pelayanan pastoral.

Keywords: commercialization of church ministry; ethical crisis; pastoral leadership; ministry integrity; integritas pelayanan; komersialisasi pelayanan gereja; krisis etika; kepemimpinan pastoral

DOI: <http://dx.doi.org/10.33991/epigraphe.v9i2.560>



PENDAHULUAN

Gereja di era digital ini terus mengalami perubahan sosial yang signifikan, terutama dalam hal fungsi, peran, dan orientasi pelayanannya. Apalagi adanya transformasi digital menghadirkan tantangan, seperti menjaga keaslian pengalaman keagamaan dan memastikan koneksi komunitas yang bermakna dalam lingkungan virtual. Namun, ia juga menawarkan peluang untuk inovasi dan penjangkauan, memungkinkan Gereja untuk terhubung dengan mereka yang mungkin tidak menghadiri kebaktian tradisional.¹ Maka dari itu, gereja perlu memotivasi dan mengajak seluruh jemaat dan pelayan Tuhan untuk memiliki hubungan pribadi yang indah dengan Tuhan,² di mana pun jemaat dan orang percaya berada. Namun, di era ini adanya pergeseran yang sarat dengan kepentingan dan menyentuh dimensi ekonomi dan manajerial gereja. Banyak gereja masa kini mulai menampilkan wajah dengan konstruksi yang menyerupai entitas bisnis, dengan pengelolaan keuangan yang transparan namun komersial, pemasaran rohani yang sistematis, dan berbagai model pelayanan yang menyerupai industri jasa spiritual. Sejatinya seorang pemimpin jemaat haruslah seorang yang bisa diteladani, cakap mengajar Firman Tuhan, suka belajar Alkitab, dewasa rohani, hidup kudus, seorang yang baik tengah keluarga dan lingkungannya, dan tidak cinta uang.³ Namun saat ini, sangat mudah didapatkan orang yang setia pada pelayanan yang sifatnya besar, gereja besar, di kota besar, gaji besar, tetapi sangat sulit ditemukan orang yang setia yang melayani di tempat yang kecil, di desa terpencil dan dengan gaji yang kecil, apalagi di era milenial sangat langka orang yang setia mengerjakan pelayanan-pelayanan yang sifatnya kecil.⁴ Oleh sebab itu sejatinya gereja dituntut sebagai komunitas iman yang menjunjung tinggi nilai kekudusan dan pelayanan kasih, ataukah telah bergeser menjadi korporasi religius yang digerakkan oleh logika pasar yang bisa mengutungkan.

Fenomena ini semakin tampak nyata ketika gereja membangun infrastruktur besar, merancang strategi marketing digital disemua platform digital, hingga gereja berani menciptakan "produk-produk rohani" seperti seminar berbayar, merchandise gereja, dan bahkan "tiket ibadah eksklusif". Ini dapat mengindikasikan bahwa banyak gereja kini menerapkan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik perhatian calon jemaat, dengan melihat mereka sebagai "konsumen" dalam persaingan dunia keagamaan yang semakin kompetitif. Upaya ini diwujudkan melalui pemanfaatan situs multimedia yang menarik secara visual serta kampanye digital yang dirancang dengan kreatif.⁵ Namun ini juga bisa disebut konsep "pasar agama" menggambarkan bahwa agama kini dipengaruhi oleh dinamika dan tuntutan pasar bebas, di mana persaingan untuk menarik pengikut menjadi hal yang penting. Kondisi ini mendorong munculnya strategi pemasaran agama dalam bentuk digital yang semakin berkembang.⁶ Maka dari itu, adanya pertimbangan terkait fenomena tersebut bisa saja di satu sisi, hal ini dapat dimaknai sebagai bentuk

¹ Justine John Dyikuk, "Christianity and the Digital Age: Sustaining the Online Church," *International Journal of Journalism and Mass Communication* 3, no. 1 (2017): 43–49, www.premierpublishers.org.

² Florentina Sianipar, "Strategi Pelayanan Pastoral Konseling," *Jurnal; Missio Ecclesiae*, 2019.

³ Christine Fuceria Ginting, "Konsep Kepemimpinan Penggembalaan Berdasarkan 1 Timotius Dan Aplikasinya Terhadap Pertumbuhan Rohani Jemaat," *PNEUSTOS: Jurnal Teologi Pantekosta*, 2018.

⁴ Manase Gulo, "Hamba Yang Baik Dan Setia: Refleksi Kesetiaan Dalam Mengerjakan Tanggung Jawab Pelayanan (Matius 25: 14-30)," in *Kesetiaan Yang Memahat Hati*, 2021, 64–78.

⁵ Stanley D. Brunn, Wesley Jetton, and Barbara Palmquist, "Marketing Religion and Church Shopping: Does One Size Fit All?," in *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics* (Dordrecht: Springer Netherlands, 2015), 2284–2307, https://doi.org/10.1007/978-94-017-9376-6_121.

⁶ Adzkiyah Mubarokah, "Market Religion and Religion Marketplace in Digital World," *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, July 11, 2023, 15–26, <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1724>.

inovasi dan adaptasi terhadap konteks zaman. Namun di sisi lain, muncul kekhawatiran bahwa semangat komersialisasi tersebut mengaburkan dimensi spiritual gereja dan merusak integritas pelayanan pastoral. Dalam titik inilah muncul krisis etika yang mengusik identitas sejati gereja sebagai tubuh Kristus.

Apalagi dalam Kekristenan adanya krisis etika ini tidak hanya berdampak pada lembaga gereja secara struktural, tetapi juga menggerus kualitas dan kualifikasi kepemimpinan pastoral. Terlebih kepemimpinan Kristen dalam membangun umat Tuhan perlu adanya pendampingan sebab ini berperan krusial dalam mendorong pertumbuhan gereja melalui pemberian arahan, pengajaran, serta teladan hidup yang mencerminkan karakter Kristus. Pendekatan kepemimpinan ini turut mendukung perkembangan rohani dan peningkatan jumlah jemaat secara berkelanjutan.⁷ Memang diakui banyak pemimpin gereja, baik pendeta maupun pengurus, menghadapi dilema antara mengelola gereja secara profesional dan mempertahankan integritas teologis pelayanan.⁸ Banyak pemimpin gereja tergoda untuk mengadopsi model kepemimpinan bisnis yang menekankan pertumbuhan jemaat dalam jumlah, bukan kedalaman iman. Dan tentunya dalam teori kepemimpinan bisnis tradisional mungkin tidak sepenuhnya cocok untuk organisasi berbasis nilai seperti gereja, karena mereka sering bertentangan dengan tujuan spiritual dan komunal dari lembaga-lembaga ini.⁹ Dan juga untuk membangun gerakan pertumbuhan gereja, yang saat ini harusnya bertujuan untuk memenuhi Amanat Agung, telah menghadapi kritik karena berfokus pada jumlah dan pertumbuhan dengan mengorbankan kedalaman spiritual dan pertimbangan etis.¹⁰ Maka yang diharapkan dalam kepemimpinan Kristen adalah kepemimpinan yang berpusat pada nilai-nilai alkitabiah, manajemen sumber daya, dan pemberdayaan anggota jemaat sangat penting untuk mencapai tujuan spiritual dan organisasi gereja.¹¹ Walaupun tidak jarang pula para pemimpin gereja terlibat dalam konflik kepentingan, penyalahgunaan dana gereja, dan gaya hidup mewah yang justru bertolak belakang dengan semangat kenosis dan kesederhanaan Kristus yang mereka khotbahkan.

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak membahas aspek teologis kemakmuran dan dinamika pertumbuhan gereja modern dari sudut pandang sosiologis dan manajemen gereja. Seperti yang teliti oleh Mark Alan Charles Jennings, dalam karyanya yang menekankan bahwa gereja-gereja Pentakostal-Karismatik banyak yang mengikuti model "gereja pertumbuhan" yang lebih menekankan pada peningkatan jumlah jemaat daripada pendalaman spiritual. Model ini sejalan dengan cara berpikir neoliberalisme, yang mendorong penggunaan metode yang seragam dan dianggap sebagai "praktik terbaik" untuk memperluas jangkauan gereja. Kepemimpinan bergaya "pastorpreneur" juga mencerminkan tren ini, dengan fokus pada hasil yang bisa diukur dan ajaran tentang berkat materi. Akibatnya, banyak pemimpin gereja terdorong untuk mene-

⁷ Welikinsi Welikinsi and Sabda Budiman, "Kepemimpinan Mentoring Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Gereja," *JURNAL TERUNA BHAKTI* 6, no. 2 (March 1, 2024): 242, <https://doi.org/10.47131/jtb.v6i2.197>.

⁸ Margaretha Sonya, Suhadi Suhadi, and Yonatan Alex Arifianto, "Manajemen Gereja Dan Kepemimpinan Gembala Pasca Pandemi," *Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 2, no. 3 (2022): 11–26, <https://doi.org/10.54403/rjtpi.v2i3.50>.

⁹ Alice C. Stewart, "The Workplace of the Organised Church: Theories of Leadership and the Christian Leader," *Culture and Religion* 9, no. 3 (November 11, 2008): 301–18, <https://doi.org/10.1080/14755610802535645>.

¹⁰ John P. Dever and Glen H. Stassen, "Transformational Faith: A Concrete Discipleship Ethic for Growing Churches," *Review & Expositor* 92, no. 4 (December 1, 1995): 471–87, <https://doi.org/10.1177/003463739509200405>.

¹¹ Johanes Augustinus, Beni Chandra Purba, and Budi Kelana, "Efektivitas Manajemen Kepemimpinan Dalam Gereja," *JUITAK : Jurnal Ilmiah Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 4 (2023): 27–39, <https://doi.org/10.61404/juitak.v1i4.188>.

rapkan strategi seperti bisnis, yang lebih mengutamakan pertambahan jemaat daripada memper-dalam iman dan pertumbuhan rohani anggotanya.¹² Begitu juga dengan Jonathan W. Beck mela-kukan penelitian yang similar yaitu para pemimpin bisnis Kristen sering menghadapi tekanan untuk mengikuti cara pandang sekuler, yang dapat membuat mereka lebih fokus pada pertum-buhan jumlah daripada pendalaman spiritual. Karena itu, sangat penting untuk mengembang-kan pandangan dunia Kristen yang menyeluruh yang memaknai pekerjaan dan kepemimpinan sebagai bentuk pelayanan, dengan menekankan kerja sama, pembangunan karakter manusia, dan pendampingan rohani. Dengan membedakan antara tujuan utama dan sarana yang diguna-kan, para pemimpin dapat menyelaraskan tindakan mereka dengan nilai-nilai iman, sehingga lebih mengutamakan pertumbuhan rohani yang mendalam daripada sekadar menambah jumlah anggota jemaat.¹³ Namun, dalam kajian fenomena komersialisasi terhadap integritas pelayanan pastoral dan krisis etika dalam kepemimpinan gereja menjadi celah dalam penelitian ini untuk dinayatakan sebagai kebaharuan atau menjadi research gap utama dari penelitian ini. Tentunya penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyelidiki bagaimana para pemimpin gereja memahami, merespons, dan merefleksikan dinamika komersialisasi pelayanan yang mereka alami secara langsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif,¹⁴ dengan studi teologis-kritis sebagai pendekatan dalam penelitian. Maka untuk menganalisis fenomena krisis etika dalam kepemimpinan gereja di tengah komersialisasi pelayanan. Sumber utama penelitian mencakup Alkitab dan berbagai literatur teologis. Maka langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pertama menarasikan hakikat pemimpin gereja dalam pelayanan pastoral sebagai bagian pemahaman kepada gembala. Selanjutnya mendeskripsikan makna komersialisasi gereja dalam adaptasi kontekstual atau distorsi identitas rohani. Dan juga memberikan pengertian terkait kepemimpinan pastoral di tengah tekanan ekonomi. Sehingga hal itu memberikan aktualisasi kepada pemimpin Kristen salam spiritualitas teologis sebagai kritik atas teologi komersialisasi dan krisis etika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hakikat Pemimpin Gerejawi dan Gembala dalam Pelayanan Pastoral

Seorang gembala tidak hanya berperan sebagai pemimpin organisasi gerejawi, tetapi lebih dalam lagi, sebagai pelayan yang meneladani Kristus, Sang Gembala Agung. Dan dalam kepemimpinan Kristen sejati ditandai dengan melayani dengan ketulusan, sepenuh hati, dan cinta, yang men-cerminkan karakter Yesus Kristus. Para pendeta diharapkan untuk menunjukkan kerendahan hati dan empati dalam pelayanan mereka, terlibat secara emosional dengan jemaat mereka.¹⁵

¹² Mark Alan Charles Jennings, "Great Risk for the Kingdom: Pentecostal-Charismatic Growth Churches, Pastorpreneurs, and Neoliberalism," in *Multiculturalism and the Convergence of Faith and Practical Wisdom in Modern Society*, 2016, 236–48, <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1955-3.ch011>.

¹³ Jonathan W Beck, "Working Faith: Developing Christian Business Leaders," 2015, <https://digitalcommons.fuller.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=dmin>.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 4th ed. (Bandung: Alfabeta, 2008), 89.

¹⁵ Devina Siar et al., "Melayani Dengan Hati: Esensi Kepemimpinan Kristen Yang Sejati," *JMPK : Jurnal Manajemen Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (June 30, 2024): 25–32, <https://doi.org/10.51667/jmpk.v4i1.1925>.

Dalam Yohanes 10:11, Yesus berkata, "Akulah gembala yang baik. Gembala yang baik memberikan nyawanya bagi domba-dombanya." Dari ayat ini, tampak jelas bahwa tugas utama gembala adalah memberikan hidupnya untuk melayani, melindungi, dan membimbing umat yang diperlakukan kepadanya. Oleh sebab itu pelayanan pastoral menuntut kepekaan rohani, ketekunan dalam doa, pengajaran yang benar, serta kepedulian terhadap kesejahteraan jemaat secara menyeluruh, baik jasmani, emosional, maupun rohani. Pemimpin gereja dituntut untuk mengenal jemaatnya, hadir dalam pergumulan mereka, dan mampu membimbing mereka menuju pertumbuhan iman yang sejati. Dalam hal ini, kepemimpinan gereja tidak boleh didasarkan pada otoritas yang otokratis, tetapi pada pelayanan yang penuh kasih, pengorbanan, dan tanggung jawab rohani. Tanggung jawab tersebut juga dinyatakan kepada kepedulian dalam pelayanan pastoral, di mana bagi para pendeta untuk melihat peran mereka sebagai panggilan dalam hidup, melayani tanpa mencari keuntungan pribadi dan memberikan teladan kepada jemaat.¹⁶

Hakikat seorang pemimpin gereja juga terletak pada kemampuannya menjadi teladan dalam kehidupan iman. Ia harus hidup dalam integritas, menjadi contoh dalam perkataan, perbuatan, kasih, kesetiaan, dan kekudusan (1Tim 4:12). Kepemimpinan pastoral sejati bukan tentang jabatan atau status, tetapi tentang kesediaan untuk melayani dengan hati yang tulus, memikul beban jemaat, dan membawa mereka kepada kedewasaan rohani dalam Kristus. Dan bila melihat kembali teladan utama Kekristenan di mana Yesus mengabdi/melayani adalah sebuah unsur yang sangat mendasar dalam kepemimpinanNya.¹⁷ Walaupun dalam dunia yang terus berubah, gembala dituntut untuk tetap teguh pada kebenaran firman dan peka terhadap dinamika kehidupan jemaat, agar pelayanan pastoral tetap relevan dan berdampak.¹⁸ Dan tidak terpusat dari kecintaan akan uang dan material, karena fokus utama pelayanannya adalah melayani Tuhan dan menggembalakan umat dengan hati yang murni. Ia menyadari bahwa panggilan pastoral bukanlah sarana untuk mencari keuntungan pribadi, melainkan panggilan untuk mengabdi dan mengorbankan diri demi kepentingan rohani jemaat.¹⁹ Dalam 1 Timotius 3:3 dan Titus 1:7, ditegaskan bahwa seorang pemimpin gereja tidak boleh serakah atau tamak akan keuntungan, melainkan harus hidup sederhana dan pemimpin yang melayani.²⁰ Dengan demikian, kehidupan dan pelayanannya mencerminkan nilai-nilai kerajaan Allah, bukan nilai-nilai duniawi yang berorientasi pada kekayaan. Tentunya pemimpin Kristen dipandang sebagai pemimpin spiritual dan guru, yang bertanggung jawab untuk membimbing jemaat dalam perjalanan iman mereka. Peran ini ditekankan dalam keutamaan melayani yang utama di mana para pendeta dipandang sebagai pelayan yang ditahbiskan yang bertugas melayani firman dan melaksanakan sakramen kebaktian.²¹

¹⁶ Josep Lumbantoruan and Adi Suhendra Sigho, "Prinsip Pengembalaan Berdasarkan 1 Petrus 5:1-4 Dan Implikasinya Bagi Pelayan Gembala Masa Kini," *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen Dan Katolik* 2, no. 1 (March 14, 2024): 118–33, <https://doi.org/10.61132/jbpakk.v2i1.221>.

¹⁷ Rannu Sanderan, "Dilema Kepemimpinan Kristen, Tuhan Atau Atasan?," *SOPHIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 2, no. 2 (2021): 1–15, <https://doi.org/10.34307/sophia.v2i2.40>.

¹⁸ Yosua Budi Ristiono and Yonatan Alex Arifianto, "Deskripsi Peran Gembala Sidang Dalam Efesus 4: 16 Dan Implikasinya Bagi Pelayanan Masa Kini," *STELLA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 1 (2021): 57–72.

¹⁹ Yonatan Alex Arifianto, Jerry Fanny Tiwa, and Roike R Kowal, "Tantangan Pastoral Dalam Menghadapi Kehidupan Jemaat Era Posttruth: Jawaban Gereja Dalam Krisis Kontemporer," *DIDASKO: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (2024): 24–31, <http://e-journal.stakdiaspora.ac.id/index.php/didasko/index>.

²⁰ Yakub Hendrawan Perangin Angin, Yonatan Alex Arifianto, and Tri Astuti Yeniretnowati, "Studi Teologis Kepemimpinan Nehemia Berdasarkan Kitab Nehemia," *DIDASKO: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 2, no. 2 (2022): 94–111, <https://doi.org/10.52879/didasko.v2i2.48>.

²¹ Rabson Hove, "The Pastor as the Primary Teacher in the Church: The Meaning and Expectations of Pastoral

Komersialisasi Gereja dalam Adaptasi Kontekstual dan Distorsi Identitas Rohani

Fenomena komersialisasi gereja merupakan realitas yang semakin mencolok dalam konteks gereja modern dewasa ini, terutama di tengah arus globalisasi, digitalisasi, dan promosi gereja dengan *platform* digital. Komersialisasi gereja kerap kali bertolak belakang dengan nilai-nilai dogmatika agama yang sudah dari awal gereja berdiri yang menjunjung tinggi kesucian dan kemurnian. Hal ini memunculkan persoalan etis, khususnya ketika strategi promosi oleh gereja dimanfaatkan untuk memasarkan gereja yang lebih mengutamakan keuntungan materi daripada menjaga integritas rohani.²² Namun hal itu tetap dilakukan gereja untuk membawa nilai material pada produk yang ditampilkan gereja agar angota yang baru atau lama bisa bebas dari kemiskinan, bahkan komersialisasi ini sering dilihat sebagai respons terhadap tekanan ekonomi, di mana gereja-gereja menawarkan solusi material dan spiritual untuk menarik pengikut.²³ Hal ini merupakan upaya untuk tetap relevan dengan zaman dan menjangkau jemaat yang lebih luas, banyak gereja mulai mengadopsi pendekatan ala bisnis, seperti strategi pemasaran dan branding gereja serta pendekatanya bahkan komersialisasi juga mengungulkan fasilitas yang bagus dan nyaman ketika beribadah. Yang memang layaknya produk komersial untuk mempromosikan gereja dari pada nilai spiritualitas. Pendekatan ini terlihat dalam penggunaan media sosial secara intensif, kampanye konten yang menarik, hingga pengemasan ibadah layaknya event hiburan yang mengedepankan kenyamanan, estetika, dan pengalaman emosional jemaat yang memang ditujukan untuk kuantitas bilangan jiwa.

Meskipun strategi-strategi ini dapat mendukung pertumbuhan jemaat secara kuantitatif, bahaya besar mengintai ketika gereja mulai bergeser dari identitasnya sebagai komunitas spiritual yang bersandar pada firman dan karya Roh Kudus menjadi lembaga yang dipasarkan yang diperuntukan pada material dan kesenangan daging. Pergeseran ini telah dikritik karena melanggar etika gereja dan hubungan masyarakat, karena mempromosikan kepalsuan dan merusak reputasi gereja.²⁴ Dalam model ini, gereja tidak lagi dipahami sebagai tubuh Kristus yang kudus, melainkan sebagai lembaga kerohaniani yang dituntut untuk "berkinerja" dan memberikan "nilai tambah" kepada pengikutnya. Ibadah dan pelayanan pun berisiko direduksi menjadi komoditas, dan pemimpin gereja menjelma menjadi "pastorpreneur" yang lebih fokus pada manajemen demi meningkatkan pundi profit, angka kehadiran, dan keberlanjutan finansial ketimbang pemuridan, pertumbuhan karakter, dan pembentukan rohani jemaat.

Secara teologis, kondisi ini merupakan bentuk distorsi terhadap hakikat gereja sebagai pembawa terang dimana gereja yang keluar dari kegelapan menu terang yang ajaib. Di mana komunitas yang dipanggil keluar dari dunia untuk hidup kudus dan melayani dalam kasih dan menghidupi pengenalan akan Tuhan. Ketika pertumbuhan gereja lebih ditakar dari sisi statistik dan popularitas, maka dimensi kekudusan, kebergantungan kepada Roh Kudus, dan kesetiaan pada pelayanan kasih dapat tergerus oleh hal-hal duniawi.

Ministry within the Mainline Denominations," *Pharos Journal of Theology* 104, no. 5 (2023), <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.54>.

²² A N Princewell, "Church Commercialization in Nigeria: Implications for Public Relations Practice," *Journal of Philosophy, Culture and Religion* 28 (2017): 1-11, <https://core.ac.uk/download/pdf/234694856.pdf>.

²³ Benjamin Diara, Mmesoma Onukwufor, and Favour Uroko, "The Structural Advancement of Religious Communities and the Commercialisation of the Christian Religion in Nigeria," *Theologia Viatorum* 44, no. 1 (June 8, 2020), <https://doi.org/10.4102/tv.v44i1.31>.

²⁴ Princewell, "Church Commercialization in Nigeria: Implications for Public Relations Practice."

Kepemimpinan Pastoral di tengah Tekanan Ekonomi

Kepemimpinan pastoral dalam tradisi teologis Kristen mengakar pada nilai-nilai hidup yang sederhana, dan mengikuti keteladan Yesus yang selalu peka terhadap nilai kerohanian daripada duniaawi. Ini mengidentifikasi bahwa teologi pastoral menghadapi tantangan dan persoalan di kepemimpinan kristen di era postmodern ini.²⁵ Seorang pemimpin gereja sejatinya bukan hanya pengelola kelembagaan saja atau mengelolah organisasi tetapi terutama adalah pelayan yang mencerminkan kasih Kristus melalui pengorbanan dan keteladan hidup, demi membangun semangat spiritualitas. Namun, dalam konteks kontemporer gereja dewasa ini yang diwarnai oleh tekanan ekonomi dan kebutuhan kelembagaan, nilai-nilai tersebut semakin sulit dipertahankan. Banyak pemimpin gereja dihadapkan pada tuntutan untuk menjaga keberlangsungan finansial gereja, hal itu dilakukan untuk membayar operasional, dan mengembangkan pendukung pelayanan yang mampu menjadikan tempat ibadah tempat yang nyaman. Hal itu juga dilakukan sebagai bentuk kompetisi antar gereja untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan antar gereja. Situasi ini memicu pergeseran paradigma kepemimpinan dari yang bersifat spiritual menjadi manajerial dan melihat situasi demi popularitas atas nama gereja.

Tekanan ekonomi dan promosi serta pengadaan fasilitas yang baik dan berkelanjutan sering kali mendorong lahirnya kompromi-kompromi teologis. Apalagi adanya pendeta tamu yang akan melayani memiliki tarif-tarif harga dalam pelayanan. Dan hal itu bisa saja menjadi salah satu bentuk kompromi tersebut tampak dalam maraknya praktik komersialisasi gereja yang dibungkus dengan dalih teologis. Memang tidak dipungkiri bahwa di satu sisi, para pemimpin gereja dituntut untuk memegang teguh nilai-nilai kebenaran yang tidak berubah; namun di sisi lain, mereka juga diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Sayangnya, berbagai kasus yang melibatkan pemimpin gereja seperti tindakan amoral, korupsi, perselingkuhan, perceraian, dan perilaku menyimpang lainnya demi harta dan pelayanan yang tidak lagi menjaga kehidupan yang kudus bahkan telah mencoreng citra gereja dan melemahkan kepercayaan umat terhadap otoritas rohani.²⁶ Dan juga tidak sedikit pemimpin gereja yang menggunakan teks-teks Alkitab secara selektif untuk membenarkan ajaran “teologi kemakmuran” sebuah pandangan yang menekankan bahwa iman yang benar akan selalu berbuah pada keberhasilan finansial dan berkat materi, dari pada keroahnian yang mengerjakan bagian dari kekekalan. Ayat-ayat Kitab Suci yang menyinggung berkat atau kesuksesan kemudian dikutip di luar konteks untuk memperkuat narasi ini, sementara bagian-bagian yang menekankan penderitaan, pengorbanan, dan pelayanan sering kali diabaikan atau dimaknai secara simbolik belaka. Oleh karena itu, kepemimpinan pastoral masa kini membutuhkan keberanian yang berdasarkan etis teologis untuk kembali kepada nilai-nilai Injil yang ortodok .

Spiritualitas Teologis sebagai Kritik atas Fenomena Komersialisasi dan Krisis Etika

Gereja menghadapi tantangan serius berupa mengajarkan dengan tepat terkait nilai-nilai pasar ke dalam kehidupan rohani. Teologi kemakmuran dan konsumerisme rohani menjadi gejala umum yang mengikis makna asli pelayanan Kristen. Bahkan komersialisasi agama terbukti yang

²⁵ Candra Gunawan Marisi, Didimus Sutanto, and Ardianto Lahagu, “Teologi Pastoral Dalam Menghadapi Tantangan Kepemimpinan Kristen Di Era Post-Modern: Tinjauan Yesaya 40:11,” *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika*, 2020, <https://doi.org/10.53547/diegesis.v3i2.80>.

²⁶ Dreitsohn Franklyn Purba, Sunarto Sunarto, and Kendy Wahyudi, “Anteseden Dan Kualifikasi Kepemimpinan Gereja Masa Kini Berdasarkan Titus 1:5-16,” *Te Deum (Jurnal Teologi Dan Pengembangan Pelayanan)*, 2023, <https://doi.org/10.51828/td.v12i2.259>.

dinyatakan dalam teologi kemakmuran Pentakosta, di mana produk-produk suci dikomodifikasi untuk keuntungan pribadi. Ajaran-ajaran yang menekankan berkat materi sebagai bukti iman dan bukti bahwa Kekristenan adalah ditentukan dengan pemenuhan berkat jasmani telah melahirkan bentuk pelayanan yang manipulatif, di mana relasi antara umat dan Allah direduksi menjadi transaksi timbal balik: memberi agar diberkati. Narasi semacam ini tidak hanya menyimpang dari inti Injil, tetapi juga mendorong gereja ke arah komersialisasi pelayanan, mengaburkan integritas etis dan spiritualitas sejati

Sebagai respons teologis atas realitas tersebut, spiritualitas kesederhanaan atau iguari yakni spiritualitas pengosongan diri seperti yang diteladankan Kristus. Dalam Filipi 2:5-8, Yesus digambarkan sebagai pribadi yang rela mengosongkan diri-Nya, melepaskan hak dan status-Nya demi keselamatan manusia. Sikap kenosis atau mengkosong diri ini mengajarkan bahwa pelayanan bukanlah sarana untuk meraih kekuasaan atau keuntungan, melainkan jalan pengorbanan, kerendahan hati, bagi kehendak Allah. supaya gereja dipanggil untuk meninggalkan logika pasar demi untung dan rugi dan kembali pada semangat pelayanan yang murni dan tak bersyarat. Lebih jauh, spiritualitas teologis ini mendorong gereja dan kepimpinan Kristen untuk menghidupi kembali semangat arti kesederhanaan tanpa memimpikan kehidupan yang hedonis, yang bersembunyi di balik Kekristenan, yang harus selalu diberkati secara materi: orang Kristen harus kaya dan gereja harus mendapatkan keuntungan dari apa yang telah dipromosikan.

KESIMPULAN

Fenomena komersialisasi gereja yang semakin marak dalam era modern, khususnya dalam konteks tekanan ekonomi dan perkembangan teknologi digital, telah menimbulkan pergeseran signifikan dalam hakikat kepimpinan gereja dan pelayanan pastoral. Gereja yang seharusnya menjadi komunitas spiritual yang kudus, kini kerap kali terjebak dalam logika pasar dan budaya konsumerisme. Pendekatan-pendekatan manajerial dan strategi promosi yang berlebihan telah menggantikan spiritualitas dan kesederhanaan dalam pelayanan. Pimpinan gereja, yang dalam pengertian teologis adalah gembala dan pelayan yang meneladani Kristus, mulai diposisikan sebagai manajer dan figur publik yang dituntut "berkinerja" dan menarik massa, bukan lagi sebagai pelayan yang rela berkorban demi pertumbuhan rohani jemaat. Komersialisasi yang dibungkus dengan legitimasi teologis melalui teologi kemakmuran semakin memperparah krisis etika, di mana kekayaan dan keberhasilan duniawi dijadikan tolok ukur iman, sementara aspek kerohanian yang peneguhan akan Allah dalam kasih mulai diabaikan.

Sebagai jawaban atas krisis ini, spiritualitas teologis yang berakar pada *kenosis* atau sikap "mengosongkan diri" oleh Kristus, menawarkan jalan pemulihan yang esensial. Gereja dipanggil untuk kembali kepada identitasnya sebagai tubuh Kristus yang kudus, komunitas yang hidup dalam kasih, kesederhanaan, dan ketundukan pada kehendak Allah. Spiritualitas *kenosis* mengajarkan bahwa pelayanan sejati bukanlah soal pencapaian materi atau popularitas, melainkan tentang pengosongan diri, kerendahan hati, dan kesediaan untuk melayani tanpa pamrih. Dengan kembali menghidupi pelayanan yang murni, maka gereja dapat menolak distorsi nilai akibat komersialisasi, dan memulihkan integritas kepimpinan pastoral yang autentik. Oleh karena itu, pimpinan gereja masa kini dituntut tidak hanya untuk cakap dalam manajemen dan strategi, tetapi lebih dari itu, memiliki keberanian etis dan spiritual untuk memegang teguh nilai-nilai Injil, menolak manipulasi rohani, serta membimbing jemaat menuju kedewasaan iman yang sejati dalam Kristus.

REFERENSI

- Arifianto, Yonatan Alex, Jerry Fanny Tiwa, and Roike R Kowal. "Tantangan Pastoral Dalam Menghadapi Kehidupan Jemaat Era Posttruth: Jawaban Gereja Dalam Krisis Kontemporer." *DIDASKO: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (2024): 24–31. <http://e-journal.stakdiaspora.ac.id/index.php/didasko/index>.
- Beck, Jonathan W. "Working Faith: Developing Christian Business Leaders," 2015. <https://digitalcommons.fuller.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=dmin>.
- Brunn, Stanley D., Wesley Jetton, and Barbara Palmquist. "Marketing Religion and Church Shopping: Does One Size Fit All?" In *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*, 2284–2307. Dordrecht: Springer Netherlands, 2015. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9376-6_121.
- Dever, John P., and Glen H. Stassen. "Transformational Faith: A Concrete Discipleship Ethic for Growing Churches." *Review & Expositor* 92, no. 4 (December 1, 1995): 471–87. <https://doi.org/10.1177/003463739509200405>.
- Diara, Benjamin, Mmesoma Onukwufor, and Favour Uroko. "The Structural Advancement of Religious Communities and the Commercialisation of the Christian Religion in Nigeria." *Theologia Viatorum* 44, no. 1 (June 8, 2020). <https://doi.org/10.4102/tv.v44i1.31>.
- Dyikuk, Justine John. "Christianity and the Digital Age: Sustaining the Online Church." *International Journal of Journalism and Mass Communication* 3, no. 1 (2017): 43–49. www.premierpublishers.org.
- Florentina Sianipar. "Strategi Pelayanan Pastoral Konseling." *Jurnal; Missio Ecclesiae*, 2019.
- Ginting, Christine Fuceria. "Konsep Kepemimpinan Penggembalaan Berdasarkan 1 Timotius Dan Aplikasinya Terhadap Pertumbuhan Rohani Jemaat." *PNEUSTOS: Jurnal Teologi Pantekosta*, 2018.
- Gulo, Manase. "Hamba Yang Baik Dan Setia: Refleksi Kesetiaan Dalam Mengerjakan Tanggung Jawab Pelayanan (Matius 25: 14-30)." In *Kesetiaan Yang Memahat Hati*, 64–78, 2021.
- Hove, Rabson. "The Pastor as the Primary Teacher in the Church: The Meaning and Expectations of Pastoral Ministry within the Mainline Denominations." *Pharos Journal of Theology* 104, no. 5 (2023). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.104.54>.
- Jennings, Mark Alan Charles. "Great Risk for the Kingdom: Pentecostal-Charismatic Growth Churches, Pastorpreneurs, and Neoliberalism." In *Multiculturalism and the Convergence of Faith and Practical Wisdom in Modern Society*, 236–48, 2016. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1955-3.ch011>.
- Johanes Augustinus, Beni Chandra Purba, and Budi Kelana. "Efektivitas Manajemen Kepemimpinan Dalam Gereja." *JUITAK : Jurnal Ilmiah Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 4 (2023): 27–39. <https://doi.org/10.61404/juitak.v1i4.188>.
- Josep Lumbantoruan, and Adi Suhendra Sigit. "Prinsip Pengembalaan Berdasarkan 1 Petrus 5:1-4 Dan Impilikasinya Bagi Pelayan Gembala Masa Kini." *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen Dan Katolik* 2, no. 1 (March 14, 2024): 118–33. <https://doi.org/10.61132/jbpakk.v2i1.221>.
- Marisi, Candra Gunawan, Didimus Sutanto, and Ardianto Lahagu. "Teologi Pastoral Dalam Menghadapi Tantangan Kepemimpinan Kristen Di Era Post-Modern: Tinjauan Yesaya 40:11." *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika*, 2020. <https://doi.org/10.53547/diegesis.v3i2.80>.
- Mubarokah, Adzkiyah. "Market Religion and Religion Marketplace in Digital World." *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, July 11, 2023, 15–26. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1724>.
- Perangin Angin, Yakub Hendrawan, Yonatan Alex Arifianto, and Tri Astuti Yeniretnowati. "Studi Teologis Kepemimpinan Nehemia Berdasarkan Kitab Nehemia." *DIDASKO: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 2, no. 2 (2022): 94–111. <https://doi.org/10.52879/didasko.v2i2.48>.

- Princewell, A N. "Church Commercialization in Nigeria: Implications for Public Relations Practice." *Journal of Philosophy, Culture and Religion* 28 (2017): 1–11. <https://core.ac.uk/download/pdf/234694856.pdf>.
- Purba, Dreitsohn Franklyn, Sunarto Sunarto, and Kundy Wahyudi. "Anteseden Dan Kualifikasi Kepemimpinan Gereja Masa Kini Berdasarkan Titus 1:5-16." *Te Deum (Jurnal Teologi Dan Pengembangan Pelayanan)*, 2023. <https://doi.org/10.51828/td.v12i2.259>.
- Ristiono, Yosua Budi, and Yonatan Alex Arifianto. "Deskripsi Peran Gembala Sidang Dalam Efesus 4: 16 Dan Implikasinya Bagi Pelayanan Masa Kini." *STELLA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 1 (2021): 57–72.
- Sanderan, Rannu. "Dilema Kepemimpinan Kristen, Tuhan Atau Atasan?" *SOPHIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 2, no. 2 (2021): 1–15. <https://doi.org/10.34307/sophia.v2i2.40>.
- Siar, Devina, Tesalonika Aror, Agita Kaehe, and Jondris Saosang. "Melayani Dengan Hati: Esensi Kepemimpinan Kristen Yang Sejati." *JMPK : Jurnal Manajemen Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (June 30, 2024): 25–32. <https://doi.org/10.51667/jmpk.v4i1.1925>.
- Sonya, Margaretha, Suhadi Suhadi, and Yonatan Alex Arifianto. "Manajemen Gereja Dan Kepemimpinan Gembala Pasca Pandemi." *Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 2, no. 3 (2022): 11–26. <https://doi.org/10.54403/rjtpi.v2i3.50>.
- Stewart, Alice C. "The Workplace of the Organised Church: Theories of Leadership and the Christian Leader." *Culture and Religion* 9, no. 3 (November 11, 2008): 301–18. <https://doi.org/10.1080/14755610802535645>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 4th ed. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Welikinsi, Welikinsi, and Sabda Budiman. "Kepemimpinan Mentoring Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Gereja." *JURNAL TERUNA BHAKTI* 6, no. 2 (March 1, 2024): 242. <https://doi.org/10.47131/jtb.v6i2.197>.