



Davar: Jurnal Teologi

ISSN 2722-905X (online), 2722-9041 (print)

Vol. 2, No. 1 (2021): 55–70

<http://e-journalsangkakala.ac.id/index.php/DJT>

Gereja Dalam Pusaran Konsumerisme Dan Kealpaan Dalam Pekabaran Injil

Fery Rondonuwu¹, Tjutjun Setiawan², Ferry Simanjuntak³

^{1, 2, 3}Sekolah Tinggi Teologi Kharisma Bandung

email: ferryrondonuwu@gmail.com, tjutjun.setiawan65@gmail.com,

ferrysimanjuntak76@gmail.com

Abstrak

Perubahan zaman yang begitu cepat telah membawa budaya baru dalam masyarakat yaitu budaya konsumerisme. Suatu budaya yang menjadikan masyarakat berperilaku konsumtif yang tidak berdasar kepada kegunaan tetapi kepada gaya hidup. Pasar yang cenderung ekstrim dalam mempromosikan produknya, menjadi masalah bagi masyarakat, termasuk orang percaya yang merupakan bagian dari gereja bisa terjerat dalam pusaran konsumerisme. apakah konsumerisme telah masuk dalam gereja sehingga gereja lalai terhadap penginjilan, misi, penanaman gereja baru. Dalam studi ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, melalui buku-buku referensi dan jurnal-jurnal, serta ayat-ayat Alkitab yang berkaitan dengan rumusan masalah, kemudian mencari kesamaan yang memungkinkan bisa menjawab masalah penelitian ini. Dari penelitian ini didapati bahwa konsumerisme telah masuk dalam gereja, untuk itu gereja diingatkan agar waspada, kritis, bersikap tegas terhadap konsumerisme dan melakukan evaluasi yang objektif, sehingga gereja kembali menjalankan Amanat Agung tanpa terjebak budaya konsumerisme.

Kata kunci : Konsumerisme, Gereja, Amanat Agung, Pekabaran Injil, Misi

Abstract

The changing times are so fast that it has produced a new culture in society, which is the culture of consumerism. A culture that makes people behave consumptively not based on utility but lifestyle. Market conditions that tends to be extreme in promoting their products are a problem for the community, also for believers, who are part of the church, who can get caught in the vortex of consumerism. It not only affects individuals, but also the church. The church spent most of their budget on providing luxurious and sophisticated infrastructure so that there is no budget left for evangelism, missions, and new church planting. This is a kind of another form of consumerism in the church. In this paper, the author uses a qualitative method with a literature study approach, through reference books and journals, as well as Bible verses related to the formulation of the problem, then finds for similarities that allow the author to answer this research problem. The conclusion of this study is that consumerism has entered the church, for that the church is reminded to be vigilant, critical, be firm towards consumerism and conduct an objective evaluation, so that the church returns to carrying out the Great Commission without being trapped in a consumerist culture. One of the best ways to get the church free from the trap of consumerism is to reimagine the purpose of the church's existence, which is to carry out the Great Commission and adjust the budget according to this top priority.

Keywords: Consumerism, Church, Great Commission, Evangelism, Mission

Pendahuluan

Modernisasi dan globalisasi yang dibarengi dengan kemajuan teknologi saat ini telah memberi pengaruh terhadap perubahan perilaku manusia dan membentuk suatu budaya baru yaitu konsumerisme. Suatu perilaku konsumtif yang tidak berdasar kepada kegunaan tetapi lebih kepada gaya hidup. Orang membeli barang untuk mendapatkan kepuasan atasnya bukan karena ia membutuhkan barang itu.¹

Hal ini bukan hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga sudah masuk ke desa-desa. Harus disadari bahwa budaya ini lebih banyak sisi negatifnya dibanding dengan sisi positifnya. Umumnya, orang-orang yang memahami konsumerisme akan sepakat bahwa budaya ini lebih banyak merugikan dari pada memberi keuntungan. Sebab, konsumerisme dapat menyebabkan orang menjadi boros, penyampah, malas bekerja, serta kehilangan daya juang dan nilai-nilai diri yang paling penting dalam kehidupannya. Tidak jarang, kekerabatan atau persahabatan menjadi renggang dan kehilangan makna hanya karena perilaku konsumeris.²

Keberadaan Gereja di tengah-tengah budaya konsumerisme harus dapat memberi respon yang tepat karena gereja dipanggil untuk menjadi garam dan terang dunia. Tidak dapat dipungkiri umat Tuhan sebagai anggota gereja banyak terjebak dalam budaya konsumerisme dan itu berpengaruh pada perkembangan dan pertumbuhan imannya. Bahkan olehnya budaya konsumerisme itu juga telah merasuk dalam kehidupan gereja.

Berdirinya gedung-gedung gereja super megah dengan segala perlengkapan yang juga super mahal, bagi penulis menimbulkan pertanyaan: “Apakah ini yang Tuhan kehendaki?” atau “Apakah budaya konsumerisme telah merasuk dalam gereja?” Sulit memang untuk dijawab. Perlu kajian lebih mendalam untuk menjawabnya. Namun yang sangat memprihatinkan kadang ditemui gereja super megah tersebut tidak fokus pada tugas panggilannya sebagai gereja. Gereja hanya sibuk dengan urusannya ke dalam dan melupakan panggilannya untuk menyampaikan kabar baik ke segala suku bangsa. Dana yang seharusnya dapat dipakai untuk pekabaran Injil atau menanamkan gereja baru, justru digunakan untuk pembelian perlengkapan yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Akhirnya pemberitaan Injil menjadi tugas yang terlupakan dan terabaikan.

Penelitian ini berbeda dari penelitian-penelitian lainnya yang telah dipublish yang pada umumnya menyoroiti gaya hidup pribadi yang konsumtif³; kritik terhadap

¹Santy Sahartian, “Pengaruh Pembinaan Rohani Gereja Berdasarkan Efesus 4:17-24 Terhadap Gaya Hidup Konsumerisme Pemuda Gereja Pantekosta Di Indonesia Theofilus Blitar,” *Jurnal Teologi Berita Hidup* 1, no. 1 (October 16, 2018), <http://e-journal.sttberitahidup.ac.id/index.php/jbh/article/view/3>.

²Sri Wening, “MEMBENTENGI KELUARGA TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME DENGAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN DALAM PENDIDIKAN KONSUMEN,” *Keluarga* (2015).

³Imatius Joni Mambela, “Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, Di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini,” n.d.

konsumerisme tersebut⁴; membentengi keluarga dari gaya hidup konsumerisme⁵; perlunya pembinaan rohani dalam menghadapi konsumerisme⁶. Penelitian ini akan memberikan masukan dan pemahaman kepada gereja akan bahaya budaya konsumerisme, sehingga gereja bisa mengambil sikap yang tegas dan keluar dari jerat konsumerisme serta kembali pada panggilan utamanya, *Kerygma, Liturgia, Kononia, Marturia* dan *Diakonia*.⁷ Oleh sebab itu yang menjadi rumusan masalah adalah apakah konsumerisme telah masuk dalam gereja sehingga gereja alpa dalam melakukan Amanat Agung Kristus yaitu menjadikan semua bangsa murid Kristus.

Metode

Yang menjadi topik dalam penelitian ini adalah mengkaji konsumerisme yang sudah menjadi budaya bagi masyarakat banyak tidak terkecuali bagi orang Kristen yang menjadi bagian dari gereja. Bagaimana gereja harus bersikap menghadapi budaya konsumerisme ini dan tidak terseret dalam pusaran konsumerisme sehingga gereja tidak melakukan kealpaan terhadap perintah Tuhan Yesus dalam Matius 28:19-20 tentang Amanat Agung. Bagian Alkitab ini akan dikupas penulis lebih dalam, dan diharapkan penelitian ini dapat menjawab masalah yang diteliti sehingga dengan demikian dapat bermanfaat bagi orang Kristen pada umumnya dan bagi gereja secara khusus.

Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui penelitian kepustakaan⁸ dimana penulis mengumpulkan data dari berbagai penelitian terdahulu berupa jurnal-jurnal, data dari internet, buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh penulis dan tentu saja dari Alkitab. Penulis membaca berbagai data yang didapat, didalami dan dibandingkan dengan sejumlah referensi yang berkaitan dengan judul penelitian tentang gereja dalam pusaran konsumerisme dan kealpaan terhadap Amanat Agung

Hasil Dan Pembahasan

Amanat Agung

Dalam Matius 28:18-20: “Yesus mendekati mereka dan berkata: "Kepada-Ku telah diberikan segala kuasa di sorga dan di bumi. Karena itu pergilah, jadikanlah semua

⁴Yahya Wijaya, “Teologi Ekonomi Kontekstual Sebagai Respon Terhadap Konsumerisme” (2007), [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1615275&val=10041&title=TEOLOG I EKONOMI KONTEKSTUAL SEBAGAI RESPON TERHADAP KONSUMERISME](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1615275&val=10041&title=TEOLOG%20I%20EKONOMI%20KONTEKSTUAL%20SEBAGAI%20RESPON%20TERHADAP%20KONSUMERISME).

⁵Wening, “MEMBENTENGI KELUARGA TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME DENGAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN DALAM PENDIDIKAN KONSUMEN.”

⁶Sahartian, “Pengaruh Pembinaan Rohani Gereja Berdasarkan Efesus 4:17-24 Terhadap Gaya Hidup Konsumerisme Pemuda Gereja Pantekosta Di Indonesia Theofilus Blitar.”

⁷Stimson Hutagalung, “TUGAS PANGGILAN GEREJA KOINONIA: KEPEDULIAN ALLAH DAN TANGGUNG JAWAB GEREJA TERHADAP KEMISKINAN,” *Jurnal Koinonia* (2016).

⁸Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kepustakaan*, 2009.

bangsa murid-Ku dan baptislah mereka dalam nama Bapa dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang telah Kuperintahkan kepadamu. Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir zaman." Bagian ayat ini dikenal dengan sebagai Amanat Agung.⁹ Dan cenderung dipahami sebagai amanat agung penginjilan.¹⁰ Secara umum Matius 28:18-20 dipahami sebagai tugas penginjilan yang didasari pada kata "pergilah" yang letaknya di awal kalimat¹¹

Pada peristiwa Amanat Agung ini Yesus menyatakan dengan jelas bahwa Ia telah diberi kuasa di sorga dan di bumi.¹² dan atas dasar otoritasnya itu Ia memerintahkan murid-murid-Nya untuk menjadikan banyak orang dari segala bangsa menjadi pengikut-Nya.¹³ Ia juga berjanji akan menyertai pelayanan misi ini ketika menghadapi tantangan dan kendala, Ia mengizinkan percobaan datang tetapi Ia akan memberi jalan keluar¹⁴, Ia akan memberi kekuatan dan mematahkan setiap masalah.¹⁵

Ada tiga hal mendasar penekanan utama dalam perintah Amanat Agung yaitu pergi memberitakan Injil, membaptis yang percaya dan mengajar orang percaya untuk melakukan yang diperintahkan oleh Yesus. Para Rasul menempatkan tugas ini pada tempat utama dalam hidup mereka, itu tampak dalam kitab Kisah Para Rasul.¹⁶ Yesus memerintahkan murid-murid-Nya untuk menjadi saksi di Yerusalem, Samaria, Yudea, dan bahkan sampai ke ujung bumi (Kis. 1:8). Ketika Tuhan Yesus memberi perintah ini, murid-murid-Nya yang pertama merupakan bagian dari suatu masyarakat yang sedang menghadapi keadaan krisis dan kemiskinan yang luar biasa,¹⁷ tetapi tetap mereka jalankan tugas tersebut di tengah penganiayaan yang hebat terhadap jemaat di Yerusalem.¹⁸

Gereja

Gereja merupakan penggenapan dari ucapan Yesus dalam Matius 16:18 bahwa Ia akan mendirikan Gereja-Nya.¹⁹ Gereja yang dimaksudkan dalam ayat ini adalah gereja universal yang menampung semua orang beriman dari sepanjang masa dan dari semua tempat.²⁰ Sedangkan gereja lokal merujuk pada Matius 18:15-17 adalah kelompok yang

⁹Paul Borthwick, *Great Commision Great Compassion*, 2016.

¹⁰I Putu Ayub Darmawan, "Jadikanlah Murid: Tugas Pemuridan Gereja Menurut Matius 28:18-20," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* (2019).

¹¹Ibid.

¹²Wiebracht, *Menjawab Tantangan Amanat Agung.*, 2008.

¹³Ibid.

¹⁴David Platt, *Follow Me*, Cetakan ke. (Surabaya: Perkantas, 2019).

¹⁵Ferry Simanjuntak and Tjutjun Setiawan, *Connecting God Being His Prophet* (Banten: YPSIM, 2021).

¹⁶Simon Simon and Semuel Ruddy Angkouw, "Perintisan Gereja Sebagai Bagian Dari Implementasi Amanat Agung," *Manna Rafflesia* (2021).

¹⁷Bagus Surjantoro, *Hati Misi* (Jogyakarta: Penerbit Andi, 2009).

¹⁸Ibid.

¹⁹Wiebracht, *Menjawab Tantangan Amanat Agung.*

²⁰Dick Iverson and Larry Asplund, *Gereja Sehat Dan Bertumbuh, Pertama* (Malang: Gandum Mas, 2003).

terdiri dari orang-orang percaya lokal yang melibatkan diri, yang berkumpul untuk beberapa alasan tertentu pada saat yang ditentukan.²¹ Dan ini merupakan komunitas yang tampak paling sedikit terdiri dari tiga orang percaya dengan Yesus di tengah-tengah mereka. Gereja lokal merupakan alat kerajaan Allah dalam wilayah geografis yang khas.²²

Gereja lahir pada hari Pentakosta,²³ terbentuk sebagai umat Allah yang unik, berbeda dan terpisah, permulaan dari rumah tangga Allah yang baru, mirip dengan rumah tangga Allah baru yang diisyaratkan dengan panggilan Abraham (Kej. 12).²⁴ Gereja memiliki dua tujuan yang tidak dapat dikesampingkan, yaitu melayani tubuh Kristus dan tersebar untuk melayani dunia.²⁵ Menyatakan kasih, hikmat, anugerah, dan kehendak Allah (Ef. 2:10)

Gereja adalah kumpulan orang percaya, di mana firman Allah diberitakan dan diterima oleh iman, di situ ada gereja. Orang-orang yang percaya dan menaati Injil masuk dalam komunitas orang-orang yang ditebus.²⁶ John Stott mengemukakan bahwa gereja mempunyai identitas ganda, di satu sisi gereja adalah umat yang kudus yang dipanggil keluar dari dunia untuk menjadi milik Tuhan tetapi pada sisi yang lain, gereja adalah umat yang duniawi dalam arti orang-orang yang dipanggil keluar itu menyangkal sikap duniawi dan diutus kembali ke dunia untuk bersaksi dan melayani.²⁷

Bilangan Research Centre (BRC) telah melakukan studi perbandingan lintas gereja di Indonesia, terhadap 4.934 Pendeta di 34 Kabupaten/Kota yang dilaksanakan oleh lembaga Pengkajian BRC tahun 2018, sehubungan dengan perkembangan gereja di Indonesia saat ini, ternyata tidak bertumbuh secara cepat, jauh dari apa yang disebut sebagai ledakan pertumbuhan. Kebanyakan pertumbuhan gereja di Indonesia lebih merupakan perpindahan atau yang disebut migrasi jemaat dari gereja lain (42.3%), pertumbuhan biologis (28.1%). Sedangkan pertumbuhan jemaat dari hasil pekabaran Injil hanya 2.1%, artinya tidak ada bertumbuh secara signifikan.²⁸ Kontribusi lembaga gereja yang bisa dilakukan adalah, melakukan pembukaan gereja yang baru sebagai kerangka kerja utama dalam penambahan jumlah gereja baru yang berdiri.²⁹

Kisah Para Rasul 2: 41-47 mencatat bagaimana kehidupan umat Allah dalam beriman dan melakukan panggilannya. Hal inilah yang dijadikan dasar oleh gereja dalam melaksanakan tugasnya sampai saat ini. Apa yang telah dilakukan oleh jemaat mula-mula di atas seringkali disebut sebagai panca tugas Gereja, yaitu bertekun di dalam

²¹Ibid.

²²Ibid.

²³Junihot M. Simanjuntak, "Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja," *Jurnal Jaffray* (2018).

²⁴George W Peters, *Teologi Pertumbuhan Gereja* (Malang: Gandum Mas, 2013).

²⁵Simon and Angkouw, "Perintisan Gereja Sebagai Bagian Dari Implementasi Amanat Agung."

²⁶French L Arrington, *Doktrin Kristen Perspektif Pentakosta* (Jogyakarta: Yayasan Andi, 2020).

²⁷John Stott, *Isu-Isu Global* (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2015).

²⁸ Simon and Angkouw, "Perintisan Gereja Sebagai Bagian Dari Implementasi Amanat Agung."

²⁹ Ibid.

kerygma atau pengajaran, bertekun dalam koinonia atau persekutuan, memecahkan roti dan berdoa sebagai bentuk peribadatan atau liturgi, menjual harta milik dan membagikan sesuai dengan kebutuhan jemaat dan biasa disebut sebagai tugas diakonia atau pelayanan, juga bersaksi sehingga disenangi semua orang (marturia/ kesaksian).³⁰

Jika dikaitkan dengan Amanat Agung dalam Matius 28:18-20 dan juga Kisah Para Rasul 1:8 di mana Yesus memerintahkan para murid untuk menjadi saksi-Nya maka tugas gereja tentang marturia/kesaksian menjadi bagian yang paling penting karena langsung berkaitan dengan penginjilan, gereja yang bermisi berarti gereja yang mempunyai kegiatan lebih condong melaksanakan penginjilan (Kesaksian; *Marturia*).³¹ Pada kejadian Hari Pentakosta, Roh Kudus yang dijanjikan itu datang, Ia datang sebagai Roh yang berbicara, bersaksi, menyatakan dan memberdayakan gereja untuk melengkapi misi Amanat Agung dengan memberi kesaksian kepada dunia tentang Kristus dan karya penebusan-Nya. Dengan pimpinan Roh Kudus, dipenuhi Roh Kudus, dan Roh yang memberdayakan tubuh gereja pada hakikatnya adalah kesaksian, tubuh yang menyatakan sebuah komunitas dengan misi kenabian dalam dunia.³²

Stephen A. Macchia dalam sebuah penelitian tentang gereja yang sehat menyimpulkan bahwa dari 10 karakteristik gereja yang sehat salah satunya adalah fokus ke luar³³ Dan ini menegaskan bahwa perintah Agung (Mat. 22:37-39) dan Amanat Agung (Mat. 28:18-20) adalah sumber kehidupan dan kerinduan gereja. Para pemimpin gereja setempat harus mengamankan ikatan kasih Kristus dalam gereja jika mereka berusaha memenuhi Amanat Agung.³⁴

Gereja dalam melakukan tugas dan fungsinya, pada masa transisi dari era modern ke era postmodern, gereja tentunya harus relevan namun ia juga harus memiliki kemampuan untuk melawan godaan untuk mengakomodir dirinya kepada struktur kebudayaan yang ada.³⁵ Harianto mengatakan bahwa kebudayaan mempunyai pengaruh yang mendasar dan penting dalam pelayanan misi di dalam gereja.³⁶ Lebih lanjut dikatakan bahwa kebudayaan menggemakan jaringan pengaruh yang membentuk perilaku dan nilai yang memberi makna kepada pertumbuhan gereja.³⁷

³⁰ Priyanto, Yohanes Utama Eko, and Cornelius Triwidya Tjahja, "Perwujudan Panca Tugas Gereja Dalam Kehidupan Sehari-Hari Keluarga Kristiani Di Stasi Hati Kudus Yesus Bulak Sumpersari," *Jurnal Pendidikan Agama Katolik* (2017).

³¹ GP Harianto, *Teologi Misi*, edisi 5. (Jogyakarta: Yayasan Andi, 2017).

³² French L Arrington, *Doktrin Kristen Perspektif Pentakosta*.

³³ (Macchia 2016)

³⁴ (Macchia 2016)

³⁵ Junifrius Gultom, *Teologi Misi Pentakostal* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2018).

³⁶ Harianto GP, *Pengantar Misiologi* (Jogyakarta: Yayasan Andi, 2016).

³⁷ Ibid.

Penghalang Pelayanan Misi

Ada banyak faktor yang menyebabkan pekerjaan misi Amanat Agung tidak dapat berjalan dengan baik dan ini adalah merupakan penghalang-penghalang bagi tugas misi di gereja seperti misalnya: Pertama, Faktor Doktrinal, di mana gereja melakukan kompromi teologis sehingga gereja telah diracuni oleh pandangan-pandangan teologi yang sumbang seperti: sinkretisme, universalisme, humanism, liberaisme, teologi pembebasan dan lain-lain; Kedua, Faktor eksternal, yaitu ekonomi, politik, sosial, budaya, masalah pendidikan, dan juga masalah keamanan; Ketiga Faktor internal, di mana para pemimpin gereja bersama semua warga gereja kurang mengerti dan memahami kepentingan misi dan pekerjaan misi, mereka semua tidak memiliki pandangan yang misioner, sehingga dengan demikian pekerjaan misi menjadi terabaikan, dan ini merupakan suatu kealpaan.³⁸

Dari sisi faktor internal ada beberapa penyebab yang membuat hal itu terjadi:

- Gembala atau Pemimpin gereja tidak pernah mendapatkan pelajaran atau pengetahuan betapa pentingnya pekabaran Injil dan misi sehingga tidak mengajarkan dan berkotbah tentang berita misi di gereja yang digembalakan dan dilayaninya.
- Pembuatan dan penancangan program tahunan gereja tidak mengikutsertakan Amanat Agung. Program-program yang dibuat adalah lebih bersifat internal ke dalam
- Gereja tidak mengalokasikan dana anggaran untuk pekerjaan misi, walaupun ada itu sangat kecil. Dana atau Anggaran banyak dialokasikan untuk kebutuhan dan program kerja internal ke dalam. Gereja yang demikian akan tampak terlihat indah, mewah dan megah tetapi sebenarnya miskin.
- Gereja terlalu takut untuk melangkah dalam misi, sesungguhnya gereja menyadari pentingnya Amanat Agung tetapi tidak mempunyai iman untuk melangkah.
- Gereja terlalu menekankan kegiatan aksi sosial. Tentu saja kegiatan aksi sosial adalah merupakan bagian penting dari misi. Kegiatan aksi sosial yang dilakukan gereja harus mengikutsertakan nilai-nilai misi. Sebab jika tidak, maka kegiatan aksi sosial tersebut cenderung menjadi suatu humanisme yang atheis. Misi akan menghasilkan suatu aksi sosial, tetapi aksi sosial bukanlah satu-satunya tugas misi.³⁹

Konsumerisme

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang budaya konsumerisme dan sejauh mana budaya ini telah mempengaruhi banyak orang, termasuk mempengaruhi gereja sehingga gereja alpa akan tugas panggilannya.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

Perkembangan dan kemajuan yang terjadi dewasa ini telah mendorong manusia masuk dalam budaya baru yaitu konsumerisme. Segala sesuatu diukur oleh kepemilikan secara materi. Kuatnya cengkraman konsumerisme membuat banyak orang terikat dan tidak terkecuali orang-orang Kristen.

Konsumerisme merupakan paham yang mengajarkan proses konsumsi atau pemakaian barang hasil produksi dengan tidak terkontrol atau berlebihan, tanpa sadar terus menerus. Pembelian barang-barang hanya didasari oleh keinginan bukan kebutuhan⁴⁰

Konsumerisme dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, konsumerisme adalah sebuah aturan yang bertujuan melindungi konsumen dengan cara memberi aturan kepada produsen, penjual dan pengiklan. Kedua, konsumerisme sebagai gaya hidup yang menganggap kebahagiaan, kesenangan ditentukan kepada pemilikan barang-barang mewah. Suatu gaya hidup yang boros.⁴¹

Pada awalnya memang konsumerisme lebih fokus pada aspek perlindungan dan pendidikan, dengan tujuan menjadi pengantara antara konsumen dan produsen. Dalam kenyataan selanjutnya aspek ini kehilangan daya untuk mengejar tingginya tingkat hasrat dari konsumen yang cenderung berlebihan dan boros. Juga di sisi lain tidak dapat lagi dikendalikan hasrat yang tinggi dari produsen dalam memproduksi. Ini yang dimaksudkan oleh Adam Smith, "consumption is the sole end purpose of all production" (Greenwald, 1982: 95)⁴²

Kontrol sosial para jurnalis terhadap konsumerisme justru membuat semakin kuat dan membudayanya konsumerisme dalam kehidupan masyarakat. Kini masyarakat telah menjadi masyarakat yang memiliki kecenderungan hasrat konsumtif.⁴³

Situasi dunia yang bersifat global membuat budaya konsumerisme dengan cepat merambah ke seluruh belahan bumi dan mengubah masyarakat menjadi konsumtif. Masyarakat menjadi berperilaku konsumtif yang tidak berdasar kepada kegunaan tetapi lebih kepada gaya hidup. Membeli barang menjadi kepuasan bagi dirinya.⁴⁴

Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan dan tempat hiburan yang menjamur dengan berbagai promo yang menarik telah menjadi daya tarik bagi masyarakat dan ini semakin mengokohkan perilaku konsumtif

Penulis berpendapat, tidak mungkin untuk dapat menahan lajunya budaya konsumerisme, walau secara umum orang berpendapat bahwa budaya konsumerisme

⁴⁰ (Wikipedia.co.id)

⁴¹ Marissa Anita, "On Marissa's Mind: Konsumerisme," 2018, <https://greatmind.id/>.

⁴² "DARI KONSUMERISME KE KONSUMTIVISME (Dalam Perpektif Sejarah Filsafat Barat)," *DARI KONSUMERISME KE KONSUMTIVISME (Dalam Perpektif Sejarah Filsafat Barat)* (2017).

⁴³ Ibid.

⁴⁴ SL Triyaningsih, "Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (2011).

lebih banyak dampak negatifnya dibanding dampak positifnya. Untuk itu diperlukan sikap kritis dalam menghadapi konsumerisme. Dalam hal ini, terutama gereja harus dapat mengambil sikap yang benar dan kritis dalam menghadapi budaya konsumerisme. Jika tidak, justru akan mencemari atau mengkhancurkan keberadaan gereja yang adalah garam dan terang dunia. Tuhan Yesus mengingatkan, “Kamu adalah garam dunia. Jika garam itu menjadi tawar, dengan apakah ia diasinkan? Tidak ada lagi gunanya selain dibuang dan diinjak orang. Kamu adalah terang dunia. Kota yang terletak di atas gunung tidak mungkin tersembunyi... Demikianlah hendaknya terangmu bercahaya di depan orang, supaya mereka melihat perbuatanmu yang baik dan memuliakan Bapamu yang di sorga” (Mat. 5:13, 14, 16)

Faktor Pendorong Konsumerisme

Beberapa faktor pendorong penyebarannya budaya konsumerisme: Pertama, Globalisasi. Di satu sisi globalisasi berdampak positif sebab menjadi pendorong lahirnya produktivitas, variabilitas, mutualitas untuk dapat merebut pasar. Hal ini berdampak pada kemakmuran dalam bidang ekonomi. Globalisasi memberikan banyak kemudahan untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkan, karena terbukanya pasar bebas.⁴⁵ Ditambah lagi dengan dukungan lembaga keuangan yang memberikan fasilitas kartu kredit semakin memberi kemudahan pada individu untuk dapat memiliki apa yang diinginkannya. Dengan alasan supaya ekonomi dapat berjalan dengan baik, maka masyarakat didorong untuk terus membeli tanpa henti dan pertimbangan logis.⁴⁶ Tidak ada uang, kartu kredit dapat memberikan “solusi”. Di sini peran besar dari globalisasi dalam melahirkan budaya konsumerisme yang membentuk masyarakat menjadi konsumtif

Kedua, Iklan dan Publik Figur. Dunia periklanan telah menjadi pendorong terbentuknya individu konsumtif. Dari fungsinya iklan memiliki dua fungsi yakni informasi dan persuasi. Namun di tengah persaingan yang besar saat ini dimana barang dan jasa yang serupa begitu banyak di pasaran maka fungsi informasi tidak lagi menjadi perhatian dari para produsen tetapi yang lebih ditekankan adalah fungsi persuasi.⁴⁷ Dengan menggunakan publik figur atau lembaga tertentu informasi tentang produk disampaikan, sehingga orang yang mendengar tertarik untuk membeli produk atau jasa-jasa layanan yang diiklankan⁴⁸. Hadirnya publik figur yang menjadi bintang iklan

⁴⁵ Ola Rongan Wilhemus, “KOMUNITAS BASIS GEREJANI MERESPON BUDAYA HIDUP INDIVIDUALISME, KONSUMERISME DAN HEDONISME DI TENGAH ARUS GLOBALISASI,” *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik* 10, no. 5 (February 4, 2019): 30–48, <https://ejournal.widyayuwana.ac.id/index.php/jpak/article/view/184>.

⁴⁶ Sri Wening, *Waspada Konsumerisme* (Yogyakarta: UNY PRESS, n.d.).

⁴⁷ Yustiman Ihza, *Bujuk Rayu Konsumerisme Menelaah Persuasi Iklan Di Era Konsumsi* (Depok: Linea Pustaka, 2013).

⁴⁸ LINUS BAITO, “IKLAN : EKSPLORASI ASPEK TEOLOGIS DALAM BUDAYA KOMERSIALISME DAN KONSUMERISME,” *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika dan Praktika* 7, no. 1 (February 7, 2020), <http://stta.theia.ac.id/e-journal/index.php/solagratia/article/view/87>.

menambah kuatnya daya persuasif. Benar yang dikatakan Wening “Pilihan mutu barang atau jasa pun tak lagi ditentukan oleh “kebutuhan nyata” kita sebagai konsumen, tetapi oleh keinginan semu yang diungkapkan oleh rayuan iklan”⁴⁹

Ketiga, faktor dalam diri individu. Para peneliliti mendapatkan bahwa faktor kepribadian dapat menjadi alasan seseorang berbelanja dengan berlebihan. Faktor-faktor pribadi tersebut bisa meliputi: Kegelisahan emosi, di mana sebagai pelarian dari rasa sedih, tegang, berbelanja dianggap sebagai obat pemulih dari apa yang dirasakan itu, padahal tindakan tersebut justru bisa membawa dalam kecemasan yang lebih karena harus mengeluarkan uang yang sebenarnya tidak perlu. Rasa percaya diri yang rendah, secara umum berpandangan bahwa orang materialis memiliki rasa percaya diri yang rendah. Berbelanja dianggap akan membuat harga diri meningkat, dan berfantasi menjadi orang berharga sehari, kemudian dipusingkan dengan tagihan atas pengeluarannya. Kebutuhan akan stimulasi pengalaman dan emosi, orang merasa sangat “tinggi” ketika bisa keluar masuk dari satu toko ke toko lainnya dengan membawa belanjanya, tetapi akibatnya justru membawa kecemasan karena telah menjadi boros. Kurangnya perencanaan, seringkali menjadikan seseorang menjadi konsumtif yang pada akhirnya merasa menyesal karena telah membeli barang-barang yang pada dasarnya tidak terlalu diperlukan.⁵⁰

Dampak Buruk Konsumerisme

Seperti telah diungkapkan dalam pendahuluan bahwa umumnya orang memahami budaya konsumerisme ini lebih berdampak negatif dari pada positifnya. Konsumerisme bukan hanya terkait dengan hal yang bersifat ekonomis tetapi juga bersifat psikologis dan sosiologis. Dampak yang ditimbulkan menyangkut ekonomi, sosial dan budaya. Perilaku konsumtif menimbulkan dampak yang sangat signifikan terhadap sumber daya dan sosial ekonomi.⁵¹

Dari sisi ekonomi, konsumerisme menjadikan individu bersikap boros dan bisa mengakibatkan kemiskinan. Wening mengatakan bahwa konsumerisme dapat menghilangkan kemampuan untuk menabung dalam masyarakat. Prinsipnya “makan dulu, kerja kemudian”⁵². Dari sisi sosial, konsumerisme membuahkandistingsi atau pengelompokan kelas berdasarkan kepemilikan barang. Konsumerisme menjadi arena sosial terbentuknya distingsi demi prestise dan integrasi sosial⁵³. Dampak buruk dari

⁴⁹ Wening, “MEMBENTENGI KELUARGA TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME DENGAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN DALAM PENDIDIKAN KONSUMEN.”

⁵⁰ Rafael Rodriguez Villarino, *KONSUMERISME* (Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, n.d.).

⁵¹ Eko Haryanto, “Konsumerisme Dan Teologi Moral: Kajian Kritis Dan Resposibilitas Moral Kristiani Terhadap Konsumerisme,” *Veritas* (2012).

⁵² Wening, *Waspada Konsumerisme*.

⁵³ J. Haryatmoko, “Masyarakat Konsumeris, Teori Pencitraan, & Simulasi Dalam Iklan” (Yogyakarta, 2016), <https://kbn.pasca.ugm.ac.id/masyarakat-konsumeris-baudrillard/>.

distingsi, bisa menimbulkan tindakan kriminal. Dari sisi budaya, bukan sebatas akulturasi saja tetapi bisa terjadi pergeseran budaya, dimana budaya lokal ditinggalkan dan diganti dengan budaya baru yang lahir dari konsumerisme. Hidup sederhana dan saling bergotong royong, produksi untuk pemenuhan hidup telah bergeser kepada budaya hidup konsumtif yang lebih menekankan gengsi dan egois.

Dampak lain yang ditimbulkan dari konsumerisme adalah menjadikan individu egois, tamak, penuh persaingan dan hidup yang tidak sehat⁵⁴. Di samping itu konsumerisme juga menimbulkan kerusakan alam yang terjadi akibat banyak sampah. John Cairns, Jr, seorang ilmuwan biologi, mengamati masyarakat dunia abad ke-21 yang menginginkan lebih banyak kepemilikan (*possessions*) sekalipun sumber daya alam sangat terbatas.⁵⁵

Dampak Konsumerisme Terhadap Gereja

Pertanyaan pentingnya adalah apakah konsumerisme sudah mempengaruhi gereja? Dan bagaimana seharusnya Gereja bersikap dalam menghadapi budaya konsumerisme? Jika dikaji dengan objektif maka akan terlihat bahwa gereja sudah banyak dipengaruhi oleh budaya konsumerisme.

Masuknya budaya konsumerisme ke dalam gereja tidak lepas dari peran anggota dan pemimpin gereja. Lambat tapi pasti, mengubah arah dan fokus gereja. Sedikit demi sedikit gereja mulai keluar dari panggilannya, khususnya melaksanakan amanat agung. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan tidak lagi terfokus pada penjangkauan jiwa melalui Injil tetapi lebih kepada prestise. Contoh jelas seperti yang dikatakan oleh Marcia Owens, perayaan Natal telah menjadi sangat komersial, dan itu menjadi masa yang efektif untuk menyebarkan konsumerisme. Lebih jauh dikatakan, tanpa disadari tindakan konsumtif gereja telah turut mempromosikan konsumerisme.⁵⁶

Beberapa kali Penulis diundang untuk berkhotbah di suatu gereja. Penulis melihat gereja tersebut sudah sangat lengkap dan baik peralatan yang digunakan dalam ibadah, tetapi dalam pengumuman gereja, disampaikan bahwa gereja akan mengganti screen LCD dan diperlukan dana yang sangat besar, bukan dalam jumlah ratusan juta melainkan milyar.

Penggunaan LCD sangat membantu dalam ibadah dan banyak faktor positifnya, tetapi mengganti LCD yang masih berfungsi baik, tidaklah relevan. Hanya karena alasan sudah tidak *up to date* maka harus diganti. Bisakah ini dikatakan sifat konsumerisme? Tanpa bermaksud untuk menghakimi, penulis berpendapat bahwa ini bukti konsumerisme

⁵⁴ Sahartian, "Pengaruh Pembinaan Rohani Gereja Berdasarkan Efesus 4:17-24 Terhadap Gaya Hidup Konsumerisme Pemuda Gereja Pantekosta Di Indonesia Theofilus Blitar."

⁵⁵ Haryanto, "Konsumerisme Dan Teologi Moral: Kajian Kritis Dan Resposibilitas Moral Kristiani Terhadap Konsumerisme."

⁵⁶ Wijaya, "Teologi Ekonomi Kontekstual Sebagai Respon Terhadap Konsumerisme."

telah masuk dalam gereja. Seringkali keberhasilan pelayanan gereja hanya diukur dengan jumlah kehadiran dan fasilitas yang dimiliki gereja. Peter Wagner mengatakan pertumbuhan gereja yang sehat diukur dengan jiwa-jiwa yang dimenangkan karena penginjilan, jiwa-jiwa yang bertumbuh dalam pengenalan akan Kristus dengan benar dan menjadi murid sejati⁵⁷

Berdirinya gedung-gedung gereja super megah dengan segala perlengkapan yang super mahal, bagi penulis menimbulkan pertanyaan : “Apakah ini yang Tuhan kehendaki?” atau “Apakah budaya konsumerisme telah merasuk dalam gereja?” Sulit memang untuk dijawab. Memerlukan kajian yang lebih mendalam untuk menjawab pertanyaan ini. Namun jika tidak hati-hati maka gereja bisa keluar dari fokus dan panggilan utamanya yaitu memberitakan Injil. Gereja akan terjebak dalam kesibukan dengan urusannya ke dalam dan melupakan panggilannya untuk menyampaikan kabar baik ke segala suku bangsa. Dana yang seharusnya dapat dipakai untuk pekabaran Injil atau penanaman gereja baru, justru dialihkan untuk pembelian perlengkapan yang sebenarnya bukan kebutuhan yang mendesak. Akhirnya pemberitaan Injil menjadi tugas yang terlupakan dan terabaikan. Hariyanto mengatakan, “Gereja tidak mengalokasikan anggaran untuk pekerjaan misi, jikapun ada sangat kecil. Anggaran banyak dialokasikan untuk kebutuhan atau program kerja ke dalam. Gereja yang demikian akan tampak mentereng dan “wah” tetapi sesungguhnya miskin.”⁵⁸

Dalam perjalanan pelayanan penulis ke beberapa daerah, penulis mendapatkan adanya bangunan gereja yang secara fisik tidak layak dan hamba-hamba Tuhan yang kurang dalam pengetahuan Alkitab karena pendidikan yang terbatas. Yang lebih memprihatinkan katika penulis mendengar cerita bahwa ada anggota gereja yang melepaskan imannya hanya karena kemiskinan. Hanya karena bantuan yang didapat dari oknum atau lembaga tertentu, mereka bersedia untuk melepaskan imannya. Sangat miris sekali tentunya, tetapi itulah fakta.

Jika gereja tetap fokus pada panggilan dan tugasnya, hal tersebut di atas tidak perlu terjadi. Seperti yang penulis ceritakan di atas, jika gereja bersedia mengalihkan dana penggantian LCD, untuk pemberitaan Injil di daerah, jumlah dana tersebut dapat membangun lebih dari satu gereja sederhana. Juga akan ada hamba-hamba Tuhan yang dapat disekolahkan untuk melengkapi pelayanan mereka. Mungkin ini pemikiran yang terlalu ideal, tetapi jika memang bisa dilakukan kenapa tidak.

Konsumerisme dalam gereja akan mengalihkan fokus gereja, bukan lagi kepada Tuhan atau perkara-perkara kekal tetapi kepada materi atau perkara-perkara semu dan duniawi. Sistem pemerintahan atau manajemen gereja tidak lagi dilakukan berdasar

⁵⁷ Kejar Hidup Laia, “Pertumbuhan Gereja Dan Penginjilan Di Kepulauan Nias [Church Growth and Missiology in Nias Island],” *FIDEI: Jurnal Teologi Sistematika dan Praktika* (2019).

⁵⁸ Hariyanto GP, *Pengantar Misiologi*.

kepada kebenaran Alkitab tetapi lebih berdasar kepada pandangan sekuler⁵⁹. Owens berkata, strategi marketing dan sistem manajemen bisnis dalam pengembangannya⁶⁰. semua ini membuat gereja alpa dalam menjalankan tugas panggilannya. Pemberitaan Injil seringkali terabaikan karena daya dan upaya yang ada hanya terfokus kepada perkara materi.

Hasil temuan survey dari Bilangan Research Centre (BRC) menunjukkan secara rata-rata nasional penambahan jiwa dari hasil penginjilan sebesar 1,7%⁶¹, Ini harus benar-benar direnungkan dan mendapat perhatian serius dari gereja. Memang BRC tidak menjelaskan faktor apa yang menjadikan gereja tidak melakukan penginjilan, tetapi dapat diduga salah satu penyebabnya adalah masuknya budaya konsumerisme ke dalam gereja. Gereja jadi lebih fokus kepada pengengkapan di dalam dan keindahan bangunan fisik gereja dari pada penjangkauan jiwa di luar melalui penginjilan.

Konsumerisme Versus Alkitab

Pemahaman akan hal ini dapat menolong umat Tuhan (gereja) untuk dapat mengambil sikap yang benar dan tepat dalam menghadapi budaya konsumerisme. Gereja harus menyadari bahwa nilai-nilai konsumerisme bertolak belakang dengan nilai-nilai kebenaran Alkitab. Seperti, konsumerisme mengajarkan sikap hidup boros, egois, kemalasan, kemewahan, kesenangan duniawi (barang), *distings* dan lain sebagainya. Sementara Alkitab mengajarkan sikap hidup yang sederhana, seperti Yesus “tidak ada tempat untuk meletakkan kepala-Nya” (Mat. 8:20). Alkitab mengajarkan untuk mencukupi hidup dengan apa yang ada padamu (Luk. 3:14; Ibr. 13:5). Alkitab mengajarkan supaya tidak hidup untuk diri sendiri, “dan janganlah tiap-tiap orang hanya memperhatikan kepentingannya sendiri, tetapi kepentingan orang lain juga” (Fil. 2:4). Nilai dan hidup manusia tidak ditentukan oleh seberapa banyak harta yang ia miliki. “...sebab walaupun seorang berlimpah-limpah hartanya, dhidupnya tidaklah tergantung dari pada kekayaannya itu” (Luk.12:15)

George mengatakan bahwa konsumerisme bertentang dengan ajaran Yesus, karena di dalamnya ada perselingkuhan dengan uang, ada unsur penipuan oleh iklan dan menekan kesuksesan diri pribadi. Richard Higginson, seperti dirujuk oleh Yahya, bahwa gaya hidup sederhana ditunjukkan oleh Yesus, ajaran-Nya untuk mengumpulkan harta di sorga bukan di bumi. Kisah Zakheus dan orang muda yang kaya menjadi dasar untuk menyatakan bahwa konsumerisme bertolak belakang dengan Alkitab⁶²

⁵⁹ Wijaya, “Teologi Ekonomi Kontekstual Sebagai Respon Terhadap Konsumerisme.”

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Handi Irawan and Bambang Budijanto, *Kunci Pertumbuhan Gereja Di Indonesia*, Kedua. (Jakarta: Yayasan Bilangan Research Centre, 2021).

⁶²Wijaya, “Teologi Ekonomi Kontekstual Sebagai Respon Terhadap Konsumerisme.”

Saatnya gereja harus kembali kepada tugas panggilannya sebagai garam dan terang dunia, untuk itu perlu mengambil langkah-langkah strategis guna menghadapi budaya konsumerisme. Penulis mengusulkan tiga hal, pertama pengajaran dan keteladanan dalam peningkatan iman dan spritual harus kembali digemakan. Kesadaran ini juga yang dilakukan oleh Yesus ketika murid bertanya tentang pemulihan Israel, "...engkau tidak perlu mengetahui masa dan waktu, yang ditetapkan Bapa sendiri menurut kuasa-Nya. Tetapi kamu akan menerima kuasa, kalau Roh Kudus turun ke atas kamu, dan kamu akan menjadi saksi-Ku di Yerusalem dan di seluruh Yedua dan Samaria dan sampai ke ujung bumi" (KPR 1:7-8) Kedua, melakukan evaluasi dengan objektif pelayanan gereja, program-program gereja, khususnya terhadap pelayanan misi. Ketiga, gereja harus memiliki sikap tanggap yang kritis terhadap persoalan-persoalan yang ada termasuk masalah konsumerisme.

Kesimpulan

Pemberitaan Injil merupakan tugas yang tidak boleh diabaikan, gereja harus menempatkan tugas ini menjadi tugas pokok yang harus dilaksanakan dengan terstruktur dan baik.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa konsumerismen telah menjadi gaya hidup dari masyarakat dewasa ini, dan melahirkan perilaku yang negatif dalam individu seperti bersikap boros, egois, tamak, hidup penuh persaingan, *distingsi* dalam masyarakat dan membuahkan tindak kriminal.

Terkait dengan gereja, konsumerisme juga telah merasuk dalam kehidupan gereja seperti terlihat dalam perayaan-perayaan keagamaan yang dilakukan dengan nuansa kemewahan, pelengkapan gereja yang lebih berdasar pada faktor *up to date*, fokus pelayanan yang bergeser, lebih mengutamakan penampilan fisik gereja di banding dengan tugas pembinaan iman dan spiritual umat. Sebagai akibatnya adalah kealpaan gereja dalam melakukan pelayanan misi, penjangkauan jiwa.

Penelitian ini, kiranya bermanfaat menjadi sebuah masukan dan kritik bagi gereja, sehingga gereja menyadari betapa berbahayanya budaya konsumerisme, dengan demikian gereja dapat mengambil sikap yang tepat dan kembali kepada tugas panggilannya menjangkau jiwa-jiwa bagi Kristus. Menuntaskan Amanat Agung Yesus Kristus.

Referensi

- Anita, Marissa. "On Marissa's Mind: Konsumerisme," 2018. <https://greatmind.id/>.
- Asplund, Dick Iverson and Larry. *Gereja Sehat Dan Bertumbuh, Pertama*. Malang: Gandum Mas, 2003.
- Bagus Surjantoro. *Hati Misi*. Jogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- BAITO, LINUS. "IKLAN : EKSPLORASI ASPEK TEOLOGIS DALAM BUDAYA

- KOMERSIALISME DAN KONSUMERISME.” *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika dan Praktika* 7, no. 1 (February 7, 2020). <http://sttaletheia.ac.id/e-journal/index.php/solagratia/article/view/87>.
- Darmawan, I Putu Ayub. “Jadikanlah Murid: Tugas Pemuridan Gereja Menurut Matius 28:18-20.” *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* (2019).
- David Platt. *Follow Me*. Cetakan ke. Surabaya: Perkantas, 2019.
- French L Arrington. *Doktrin Kristen Perspektif Pentakosta*. Yogyakarta: Yayasan Andi, 2020.
- Gultom, Junifrius. *Teologi Misi Pentakostal*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2018.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kepustakaan*, 2009.
- Hariato GP. *Pengantar Misiologi*. Yogyakarta: Yayasan Andi, 2016.
- Hariato, GP. *Teologi Misi*. Edisi 5. Yogyakarta: Yayasan Andi, 2017.
- Haryanto, Eko. “Konsumerisme Dan Teologi Moral: Kajian Kritis Dan Resposibilitas Moral Kristiani Terhadap Konsumerisme.” *Veritas* (2012).
- Haryatmoko, J. “Masyarakat Konsumeris, Teori Pencitraan, & Simulasi Dalam Iklan.” Yogyakarta, 2016. <https://kbn.pasca.ugm.ac.id/masyarakat-konsumeris-baudrillard/>.
- Hutagalung, Stimson. “TUGAS PANGGILAN GEREJA KOINONIA: KEPEDULIAN ALLAH DAN TANGGUNG JAWAB GEREJA TERHADAP KEMISKINAN.” *Jurnal Koinonia* (2016).
- Ihza, Yustiman. *Bujuk Rayu Konsumerisme Menelaah Persuasi Iklan Di Era Konsumsi*. Depok: Linea Pustaka, 2013.
- Irawan, Handi, and Bambang Budijanto. *Kunci Pertumbuhan Gereja Di Indonesia*. Kedua. Jakarta: Yayasan Bilangan Research Centre, 2021.
- Laia, Kejar Hidup. “Pertumbuhan Gereja Dan Penginjilan Di Kepulauan Nias [Church Growth and Missiology in Nias Island].” *FIDEI: Jurnal Teologi Sistemika dan Praktika* (2019).
- Macchia, Stephen A. “Becoming a Healthy Church- Ten Traits of a Vital Ministry.” In *Grand Rapids: Baker Books*, 2016.
- Mambela, Imatius Joni. “Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, Di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini,” n.d.
- Paul Borthwick. *Great Commision Great Compassion*, 2016.
- Peters, George W. *Teologi Pertumbuhan Gereja*. Malang: Gandum Mas, 2013.
- Priyanto, Yohanes Utama Eko, and Cornelius Triwidya Tjahja. “Perwujudan Panca Tugas Gereja Dalam Kehidupan Sehari-Hari Keluarga Kristiani Di Stasi Hati Kudus Yesus Bulak Sumbersari.” *Jurnal Pendidikan Agama Katolik* (2017).
- Sahartian, Santy. “Pengaruh Pembinaan Rohani Gereja Berdasarkan Efesus 4:17-24 Terhadap Gaya Hidup Konsumerisme Pemuda Gereja Pantekosta Di Indonesia Theofilus Blitar.” *Jurnal Teologi Berita Hidup* 1, no. 1 (October 16, 2018). <http://e-journal.sttberitahidup.ac.id/index.php/jbh/article/view/3>.
- Setiawan, Ferry Simanjuntak and Tjutjun. *Connecting God Being His Prophet*. Banten: YPSIM, 2021.
- Simanjuntak, Junihot M. “Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja.” *Jurnal Jaffray* (2018).
- Simon, Simon, and Semuel Ruddy Angkouw. “Perintisan Gereja Sebagai Bagian Dari Implementasi Amanat Agung.” *Manna Rafflesia* (2021).

- Stott, John. *Isu-Isu Global*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2015.
- Triyaningsih, SL. “Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (2011).
- Villarino, Rafael Rodriguez. *KONSUMERISME*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, n.d.
- Wening, Sri. “MEMBENTENGI KELUARGA TERHADAP BUDAYA KONSUMERISME DENGAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN DALAM PENDIDIKAN KONSUMEN.” *Keluarga* (2015).
- . *Waspada Konsumerisme*. Yogyakarta: UNY PRESS, n.d.
- Wiebracht. *Menjawab Tantangan Amanat Agung.*, 2008.
- Wijaya, Yahya. “Teologi Ekonomi Kontekstual Sebagai Respon Terhadap Konsumerisme” (2007).
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1615275&val=10041&title=TEOLOGI EKONOMI KONTEKSTUAL SEBAGAI RESPON TERHADAP KONSUMERISME>.
- Wilhemus, Ola Rongan. “KOMUNITAS BASIS GEREJANI MERESPON BUDAYA HIDUP INDIVIDUALISME, KONSUMERISME DAN HEDONISME DI TENGAH ARUS GLOBALISASI.” *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik* 10, no. 5 (February 4, 2019): 30–48. <https://ejournal.widyayuwana.ac.id/index.php/jpak/article/view/184>.
- “DARI KONSUMERISME KE KONSUMTIVISME (Dalam Perpektif Sejarah Filsafat Barat).” *DARI KONSUMERISME KE KONSUMTIVISME (Dalam Perpektif Sejarah Filsafat Barat)* (2017).
- “Wikipedia.Co.Id.”