

TEOLOGI *GUANXI*

Sebuah Upaya Memahami Aspek Teologi Relasional dalam Budaya Tionghoa

LINUS BAITO*

Abstract

This article aims at constructing a theology of business starting from the Chinese principle of relationship which is known as *guanxi*. Many have seen the role of *guanxi* in the process of China's economic growth. *Guanxi* plays a philosophical role not only in economic life, but also in social as well as cultural ones. Using Robert Schreiter's method of intercultural theology, this study finds that the philosophical concept of *guanxi* offers values compatible with a Christian theology of relationship. Interacting the two resources would provide a strong basis for constructing a theology of business.

Keywords: *guanxi*, reciprocal, business, theology, relationship, trust.

Abstrak

Artikel ini bertujuan membangun sebuah teologi bisnis yang bertitik tolak dari prinsip Tionghoa yang dikenal sebagai *guanxi*. Banyak orang telah menyadari peran *guanxi* dalam proses pertumbuhan ekonomi Tiongkok. *Guanxi* memainkan peran filosofis bukan hanya dalam kehidupan ekonomi, tetapi juga sosial dan kultural. Menggunakan metode teologi interkultural dari Robert Schreiter, studi ini menemukan bahwa konsep filosofis *guanxi* menawarkan nilai-nilai yang kompatibel dengan teologi relational Kristen.

* STT Aletheia Lawang Malang. Email: linusbaito@gmail.com

Menginteraksikan kedua sumber ini akan menghasilkan sebuah dasar yang kuat bagi suatu teologi bisnis.

Kata-kata kunci: *guanxi*, timbal balik, bisnis, teologi, hubungan, kepercayaan.

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi di Tiongkok pada masa kini seolah terjadi dengan cara sederhana, cepat, dan mudah. Gao (2018) beserta rekan-rekannya menyatakan keadaan yang bertentangan dengan hal itu. Menurut mereka, Tiongkok merupakan sebuah negara yang sangat kompleks. Keadaan dalam negeri dan relasinya dengan negara-negara Barat maupun non-Barat memiliki kesulitan-kesulitan tersendiri. Hal tersebut sebenarnya akan berakibat buruk bagi suatu negara, dan kemakmuran mungkin mustahil terwujud. Namun kenyataan saat ini negara tersebut benar-benar maju, semua sistem tampaknya berjalan dengan sangat baik dan cepat. Negara-negara Amerika dan Eropa lain sedang belajar banyak hal dari kemajuan Tiongkok. Salah satu faktor penentu kemajuan Tiongkok ialah nilai-nilai luhur yang berkaitan dengan keseimbangan, diperankan dengan piawai oleh pemerintah beserta rakyatnya dengan tetap memperhitungkan aspek utama dalam berelasi, yaitu *guanxi* (Gao, Ren, dan Miao, 2018: 22-42). Jeffrey Chen dan Patrick O’Leary (2018) mengungkapkan: “... *guanxi becomes a well-known ‘secret’ of doing successful business as it connects the individuals and motivates both parties to derive benefits from each other and to maintain and nourish such relationship over time.*”

Christopher Warren-Gash (2012) dalam majalah *Forbes* menuliskan judul artikelnya sebagai berikut: “*Want to capitalize on China? You better have a good guanxi.*” Dalam tulisannya Gash mengungkapkan peribahasa kuno yang berkata “bukan apa yang Anda kenal, melainkan siapa yang Anda kenal” (“*it’s not what you know, it is who you know*”). *Guanxi* yang dimengerti oleh Gash sebagai “*networking*”, menjadi faktor yang sangat penting bagi para investor dan kaum profesional Barat untuk berinvestasi di Tiongkok. *Guanxi* akan membantu mereka mengenal “siapa” yang dilibatkan untuk bekerja sama dalam investasi tersebut. Nampaknya Gash tidak sendiri, Lengenber (2007) menuturkan bahwa literatur-literatur bisnis populer telah banyak menggunakan istilah *guanxi* untuk menjelaskan salah satu faktor yang berpengaruh bagi pertumbuhan ekonomi Tiongkok dan beberapa negara Asia Tenggara pada akhir tahun 1990-an (Langenberg, 2007: vii).

Wong Siu-lun, yang dirujuk oleh Yahya Wijaya (2002: 202) mengatakan bahwa kultur berdagang etnis Tionghoa menekankan kepercayaan pribadi (*personal trust*), efisiensi, ketekunan, dan bekerja berdasarkan prinsip saling menguntungkan. Mengapa *guanxi*? Selain keterpesonaan para pelaku bisnis dari dunia Barat yang melihat fakta peningkatan pertumbuhan ekonomi negeri tirai bambu tersebut, bagi kaum urban Tiongkok sendiri menyadari dan mengalami bahwa *guanxi* memungkinkan mereka untuk memiliki kehidupan yang lebih baik (He XM, 2000: 20), termasuk memiliki barang-barang mewah dan dalam melakukan perjalanan ke luar negeri (Langenberg, 2007: 1).

Melihat realita di atas, penulis tergugah memahami *guanxi* lebih dalam melalui tulisan singkat ini, serta berupaya menemukan aspek teologisnya. Sebagai pemula yang baru belajar dan belum terbiasa mengerjakan teologi kontekstual, maka penulis akan menggunakan beberapa sumber di antaranya ilmu sosial, bisnis, dan teologi interkultural dengan pendekatan terjangkau untuk membangun “teologi hubungan” melalui *guanxi*.

GUANXI DAN FILOSOFINYA

1. Pengertian dan Faktor Pembentuk *Guanxi*

Secara umum *guanxi* dapat diterjemahkan sebagai koneksi pribadi, hubungan, atau jaringan, yang merupakan aspek sentral dalam masyarakat Tiongkok. Semua orang memerlukan *guanxi*. Dari lahir hingga mati—ketika lahir, bertubuh besar, bersekolah, berobat, tua, sampai acara pemakaman—semua memerlukan *guanxi* (Ruan, 2017: 1).

Guanxi terbentuk dari dua suku kata, yaitu *guan* dan *xi*. *Guan* (關; dibaca *kwan*) memiliki beberapa arti. Makna aslinya sebagai kata benda berarti “kayu untuk palang pintu”, “jalur strategis”, atau “gerbang tol”. Sebagai kata kerja *guan* berarti ‘menutup’, ‘menghubungkan’, ‘menerima’, atau ‘dipedulikan’ (Yuan, 1994). Sifat dari suku kata *guan* merujuk pada “suatu hambatan” (Chen/Chen, 2004: 307), “melewati/mengatasi” (*i.e. passing/overcoming obstacles*) (Si, 1996: 18), dan “tindakan keprihatinan”. Makna secara metaforis dari pintu berarti “masuk ke dalam, menjadi bagian dari kami, walaupun orang asing namun keberadaannya diakui” (Luo, 2000: 2, merujuk Langenberg, 2007: 5).

Kata kedua ialah *xi* (係; dibaca *shee*), secara umum berarti “ikatan” dan “hubungan”. Kata kerjanya berarti “mempedulikan” (Yuan, 1994). *Xi* juga merujuk pada pengembangan makna dari hubungan dalam garis keturunan dan tindakan yang melibatkan anggota keluarga secara bersama-

sama. Implikasi formal dan institusional dari *xi* memiliki arti ‘bagian’ atau ‘departemen’ (Luo, 2000: 2, merujuk Langenberg, 2007: 5).

Menurut *Chinese-English Dictionary*, *guanxi* berarti berhubungan, sambungan, atau hubungan (Dong, 2009: 76). Serupa dengan Eike Langenberg, William McNaughton dan Li Ying menjelaskan bahwa kata *guan* berarti ‘menutup’, ‘di belakang pintu’, ‘hambatan’, dan ‘nama keluarga’. *Guan* juga menunjukkan keadaan dua orang atau lebih yang sedang berada di suatu ruangan yang sudah saling mengenal dengan pintu tertutup. Sedangkan *xi* berarti ‘dihubungkan’ atau ‘menyambungkan’. Oleh karena itu *guanxi* berarti ‘hubungan’, ‘terhubung’, dan ada ‘keterkaitan’ (McNaughton dan Ying, 1999: 132-224). Secara literal *guanxi* diartikan ‘hubungan antara satu orang dengan orang lainnya, antarteman bisnis, maupun antara partai’ (Vincent Lo).

Merujuk pada Chung dan Hamilton (2002: 2f), Langenberg (2007: 1) memahami bahwa *guanxi* merupakan istilah sosiologis. Istilah tersebut menjelaskan suatu keadaan subkelas dari masyarakat Tiongkok dalam berhubungan antara satu dengan yang lain untuk melakukan berbagai kegiatan dalam berbisnis. Tindakan tersebut bertumpu pada keahlian mobilisasi tindakan moral dalam meraih suatu tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang maupun sekelompok orang.

Kendati Chung dan Hamilton memahami bahwa *guanxi* adalah istilah sosiologis, namun Walder agaknya tidak sepaham dengan hal itu. Bagi Walder istilah *guanxi* lebih menitik-beratkan pada hubungan pribadi seseorang (*personal relationship*), misalnya hubungan dengan suami, saudara, dan teman (Walder, 1986: 179). Namun Langenberg yang merujuk pada Yang mengatakan bahwa sekali seseorang memiliki *guanxi* dengan orang lain; entah itu suami, anak, teman, atau siapa saja, berarti secara pribadi orang tersebut sudah membuat suatu hubungan sosial. Kendati pemerintahan Tiongkok dan Partai Komunis juga pernah mengecam *guanxi* secara negatif sebagai gerakan antisosial (Yang, 1994; disitir Langenberg, 2007: 5, 7).

Liang Shuming, cendekiawan Tiongkok, yang diungkapkan oleh Thomas Gold beserta rekan mengatakan bahwa budaya masyarakat Tiongkok bukan berbasis pada individu (*geren benwei*) atau basis sosial (*shehui benwei*), melainkan berbasiskan hubungan (*guanxi benwei*) (Gold, Guthrie, dan Wank, 2002: 10).

Thomas Gold (2002: 4), dalam Jurnal Cambridge University Press menyebutkan bahwa dalam kearifan kuno masyarakat Tiongkok memandang *guanxi* sebagai faktor yang sangat penting untuk keberhasilan pekerjaan. Bagi masyarakat asli (kaum pribumi) Tiongkok, *guanxi* juga dipahami sebagai suatu hubungan dua orang atau lebih yang saling tertarik dan saling menguntungkan kedua belah pihak (Gold dkk., 2002: 2). Karena *guanxi*, masyarakat Tiongkok

sangat lincah dalam hal berbisnis atau berniaga. Dengan berdasarkan hubungan kepercayaan, tidak perlu birokrasi panjang-panjang, semua dibuat serba mudah, yang penting menguntungkan.

Guanxi tidaklah terjadi dengan sendirinya, ia dibentuk oleh beberapa faktor. Yadong Luo (2007: 22-24) menyebutkan setidaknya ada enam faktor yang membentuk *guanxi*, yaitu: (i) *faktor lokalitas atau dialek bahasa*, di mana para imigran dari Tiongkok di suatu tempat atau negara yang tidak memiliki hubungan keluarga namun memiliki dialek bahasa yang sama, maka mereka akan membangun *guanxi* di negara tersebut; (ii) *faktor keluarga fiktif*, *guanxi* dapat terbentuk di kalangan masyarakat Tionghoa yang memiliki marga yang sama; (iii) *faktor keluarga*, *guanxi* dapat terbentuk dengan alami karena hubungan darah atau kerabat; (iv) *faktor pekerjaan*, kendati bukan satu marga, dialek tidak sama, dan tidak ada hubungan keluarga, namun karena hubungan sudah tergabung sekian lama dalam suatu perusahaan atau tempat kerja, maka *guanxi* pun dapat terjadi (pemilik perusahaan dan karyawan, ataupun antar sesama karyawan dapat memiliki *guanxi* di dalam lingkup perusahaan); (v) *faktor asosiasi perdagangan dan sosial*, dalam konteks ini produsen, distributor, pengecer, bidang *finance*, dan konsumen terasosiasi dalam hubungan yang intens, sehingga terbangun suatu *guanxi*; (vi) *faktor persahabatan*, *guanxi* memungkinkan pertemanan yang baik antar sesama etnis, lintas etnis, dan dalam tingkatan sosial yang beragam.

2. Sejarah Perkembangan Filosofi *Guanxi*

Langenberg (2007: 2), melalui beberapa sumber menguraikan *guanxi* dalam beberapa aspek. *Pertama*, *guanxi* dalam masyarakat Tiongkok kuno. Menurutnya, *guanxi* muncul sebagai konsekuensi dari suatu sistem birokrasi pemerintahan Tiongkok kuno. Ji Jinduo (1999: 52f) juga menjelaskan bahwa jaringan *guanxi* kuno (*ancient guanxi network*) muncul dari birokrasi patriakal Tiongkok. Tujuannya untuk meminimalisir bahaya-bahaya politik yang tidak menentu yang dimainkan oleh para pejabat negara. Jaringan kepercayaan yang dalam kelompok-kelompok kecil di masyarakat akan menjadi pembeda bagi pemerintah. Menariknya, *guanxi* berhasil membuktikan diri sebagai sistem yang kuat dan efektif dalam menjalankan kehidupan sehari-hari (Langenberg, 2007: 3).

Kendati memiliki akar sejarah yang cukup panjang, sampai pada masa kini praktik *guanxi* tetap eksis. Negara-negara maju di dunia Barat menekankan sistem hubungan yang personal dan legal-formal. Dalam budaya *guanxi*, Tiongkok menekankan keduanya, relasi komunal yang nonformal dan juga yang legal-personal (Ruan, 2017: 17).

Kedua, guanxi dalam masyarakat pedesaan Tiongkok. Dalam sejarah Tiongkok, masyarakat umumnya hidup di perkampungan-perkampungan dan bersifat otokrat, jadi hampir tidak ada praktik pertukaran (Ma, 2001: 19). Namun praktik pertukaran antarkeluarga kecil, yaitu anggota keluarga yang telah membentuk sistem *guanxi* di dalam desa tersebut (Ma, 2001: 20; Fei, 1992 [1947]: 81) terjadi untuk memenuhi kebutuhan sesama di dalam perkampungan tersebut. Hubungan sosial di perkampungan secara prinsipil didasari pada hubungan darah (Cao, 2002: 73). Pada awal 1970-an, sekitar 80 persen masyarakat Tiongkok hidup sebagai petani dan juga sektor-sektor penting lainnya. Hingga dua dekade kemudian, tahun 1998, separuh dari para buruh Tiongkok masih bekerja di bidang pertanian. Dalam istilah pertukaran (*guanxi*), situasi sosio-ekonomi seperti itu memiliki banyak kesamaan dengan sistem agrikultur. Loyalitas dan tanggung jawab personal yang berbasiskan hubungan sosial masyarakat desa membuat *guanxi* dapat diterima dan dikembangkan di dalam setiap masyarakat perkampungan (Langenberg, 2007: 3).

Ketiga, guanxi di era pemerintahan Komunis. Nilai penting dari *guanxi* dikembangkan juga oleh kaum komunis yang menjadi bagian dari Revolusi Budaya (Yang, 2002: 463; Ji, 1999: 55f). Karena kurangnya dukungan, saluran distribusi tidak memadai, dan rumitnya birokrasi negara (Yan, 1999: 3), dan minimnya figur penguasa yang baik dalam hierarki jabatan penting pada waktu itu, maka *guanxi* menjadi bagian yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Melakukan semua urusan, termasuk ekonomi dalam birokrasi pemerintah buruk seperti dijelaskan di atas, sangatlah mustahil. Dalam hal ini *guanxi* menyediakan alternatif untuk menyelamatkan ekonomi negara (Yang, 1994: 320). Akhirnya masyarakat Tiongkok menjadi terbiasa memenuhi kebutuhan mereka dengan cara menerapkan *guanxi* (He, 2000: 19; Langenberg, 2007: 3).

Keempat, guanxi di era reformasi ekonomi Tiongkok. Relasi mutualistik dalam masyarakat pada era reformasi ekonomi Tiongkok merupakan reaksi terhadap sistem pemerintah yang lemah (Yang, 1994: 320, Huang, 2002: 91). Yang (1996: 3) membenarkan bahwa *guanxi* bertumbuh pesat pasca kekuasaan Mao Tse Dong (Cao, 2002: 73; Ma, 2001: 19). Namun kenyataannya, *guanxi* tidak begitu hebat terkenal seperti pada masa reformasi dan keterbukaan ekonomi Tiongkok dimulai, hingga pada masa sekarang (Feng, 2002: 21). Hal ini menjadi minat studi bagi para pakar dari negara Barat. Mereka sangat berminat untuk menguraikan makna dari jaringan yang didasarkan pada ikatan interpersonal. Dalam penelitian mereka *guanxi* muncul sebagai akibat dari lemahnya sistem legal dan iklim regulasi pemerintah yang berdampak pada lemahnya struktur ekonomi (Alston, 1989: 25; Xin dan Pearce, 1996: 1652; Boisot dan Child, 1996; Feng, 2002: 21; Langenberg, 2007: 4).

Selain memiliki perjalanan sejarah, *guanxi* juga memiliki prinsip dan nilai-nilai filosofis. Yadong Luo (2002: 26-30) mendaftarkan setidaknya ada delapan nilai-nilai filosofis yang terdapat

pada *guanxi*. Nilai-nilai tersebut ialah loyalitas (*zhong*), menghormati (*xiao*), kebaikan (*ren*), kasih (*ai*), kepercayaan (*xin*), keadilan (*yi*), harmonis (*he*), dan damai (*ping*). Selain memiliki aspek filosofis, *guanxi* juga memiliki prinsip-prinsip dasar yang menarik juga untuk dicermati, di antaranya: dapat disalurkan (*transferable*), timbal balik (*reciprocal*), abstrak atau tak berwujud (*intangible*), bermanfaat (*utilitarian*), kontekstual (*contextual*), berorientasi jangka panjang (*long-term oriented*), dan pribadi (*personal*).

Melihat nilai-nilai filosofis dan prinsip-prinsip yang terkandung dalam *guanxi*, tidaklah heran bahwa seseorang atau sekelompok masyarakat dalam menjalankan hubungan dengan berbasiskan nilai *guanxi* mendapatkan banyak keuntungan.

3. Manfaat *Guanxi*

Pada tataran dasar *guanxi* diterapkan dalam hubungan keluarga. George Haley dalam *Encyclopedia of Business Ethics and Society* menyebutkan bahwa konsep konfusianisme yang menekankan etika personal dipraktikkan di Tiongkok Daratan, Tiongkok Raya, maupun Asia Tenggara. Ajaran Konfusius berpandangan bahwa manusia merupakan bagian dari masyarakat dalam konteks sosial. Oleh karena itu hubungan antarpribadi memengaruhi hubungan dalam masyarakat. Haley dan rekan-rekannya (2008: 1) mendaftarkan ada lima hubungan yang setara (*equal*) secara bipolar dalam konteks sosial masyarakat Tiongkok selaras ajaran Konfusius: (i) hubungan pemerintah–menteri, (ii) hubungan ayah-anak laki-laki, (iii) hubungan suami-istri, (iv) kakak-adik, dan (v) sesama atau teman. *Guanxi* diterapkan pada setiap jenis hubungan.

Haley juga mengamati, bahwa kelima hubungan tersebut dijalankan secara tidak setara (*unequal*). Misalkan hubungan daftar sebelah kiri (pemerintah, ayah, suami) menjadi posisi di atas dari yang sebelah kanan (menteri, anak laki-laki, istri, dan adik). Kebanyakan sisi kiri tersebut menuntut kewajiban dan ketundukan dari pelayan, anak laki-laki, istri. Di luar dari kelima hubungan tersebut, secara individu sebenarnya tidak ada kewajiban-kewajiban seperti dalam hubungan yang tidak setara tersebut selain bersama-sama menjaga keharmonisan. Karena dalam sistem legal Tiongkok yang lemah, yang secara tradisional dan historis-administratifnya melawan bias kelas dalam perdagangan masyarakat Tiongkok. Untuk itu *guanxi* yang menekankan pada kepercayaan (*trust*) dan kelurusan (*uprightness*) bisa diandalkan selama berabad-abad dalam hubungan bisnis masyarakat Tiongkok (Haley, 2008).

Jack Barbalet menilai bahwa faktor *guanxi* memungkinkan munculnya aspek ketersalingan dalam relasi sosial di masyarakat Timur. Rasa hormat dan percaya (*renqing*) satu sama lain menandakan adanya *guanxi* yang kuat antara seseorang dengan yang lainnya. Relasi yang kuat

tersebut memungkinkan kerja sama yang baik satu sama lain (*ganqing*). Ide Durkheim, yang dapat dipandang mewakili dunia Barat, menunjukkan bahwa seseorang secara personal, yang mampu membagikan kepercayaan-kepercayaannya akan meraih solidaritas dari orang lain (Barbalet, 2018: 941).

Di sektor dunia usaha, menurut Yahya Wijaya (2002: 19, 21) yang merujuk kepada Hodder dan Jamie Mackie, melihat *guanxi* dari sisi ketersalingan (*reciprocity*), menolong etnis Tionghoa dalam mencapai keberhasilan di dunia perdagangan. Selain itu, *guanxi* juga dijadikan suatu sistem nilai dalam bisnis keluarga untuk menunjang kultur kewirausahaan mereka. Pengamat komunitas bisnis Etnis Tionghoa Malaysia bernama Wong Siu-lun mengatakan bahwa kultur berdagang etnis Tionghoa sangat menekankan kepercayaan pribadi (*personal trust*), efisiensi, ketekunan, dan bekerja berdasarkan prinsip saling menguntungkan (Wijaya, 2002: 202). Kekuatan dari hubungan kepercayaan antarpribadi tersebut begitu ampuh bukan sekadar dimanfaatkan untuk saling bertukar informasi yang benar antarsesama pelaku bisnis di tengah situasi yang korup, namun sekaligus juga menjadi standar moral bagi sesama anggota bisnis. Karena hal ini juga menjadi sarana penilaian atau “penghakiman” bagi pribadi yang terbukti tidak dapat dipercaya (Wijaya, 2002: 203).

Dalam sebuah perusahaan, tingkat kepuasan kerja juga dipengaruhi oleh *guanxi*. Penelitian Guan dan Frenkel menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin sangat baik antara para supervisor dan bawahan-bawahannya menghasilkan performa kerja yang sangat tinggi bagi kedua belah pihak. Kondisi tersebut kemudian menghasilkan tingkat kepuasan kerja yang tinggi pula (Wijaya, 2002: 203). Oleh karena itu, para peneliti menyadari bahwa *guanxi*, seperti hubungan lainnya, perlu dibangun, dipelihara, dan dipulihkan (Dou dan Li, 2013). Ketika *guanxi* terpelihara dengan baik, maka dukungan serta kerja sama dari mitra kerja akan terus terjadi sepanjang waktu (Wong, Wei, Wang, dan Tjosvold, 2017: 822).

Selain manfaat di atas, Eugene Kheng-Boon Tan melihat ada manfaat politis dari *guanxi*. Tan mengatakan bahwa etnis Tionghoa di Indonesia dan Malaysia menerapkan *guanxi* demi manfaat secara politis bertujuan keamanan bagi mereka dari acaman diskriminasi dan dari sistem yang dapat memiskinkan mereka (Wijaya, 2002: 207). Beliau secara terang juga menyebutkan salah satu contoh nyata dari praktik *guanxi* politis di Indonesia. Hal itu terjadi pada PT. Sanbe Farma. Dalam kepengurusan perusahaan tersebut di masa lampau pernah melibatkan oknum jenderal yang notabene masih keluarga dari istri Presiden Suharto. Strategi *guanxi* politis ini bukanlah pilihan ideal bagi etnis Tionghoa namun demi menggapai keuntungan dan menghindari manipulasi (Wijaya, 2002: 207, 209).

Memang disadari bahwa relasional politis tidak selamanya membawa keberuntungan bagi etnis Tionghoa, kendatipun dalam konteks Indonesia yang selalu tidak menentu dalam berbagai aspek terkadang strategi ini juga bisa dilakukan. Untuk itu, ide menarik lainnya ialah bagaimana memahami *guanxi* dalam aspek teologinya.

Dalam era komunikasi digital, *guanxi* menampilkan sesuatu yang menarik untuk dicermati. Ada dua jenis praktik *guanxi* yang kerap terjadi, yaitu kuat dan lemah. Xun Lin dan Hua Huang mengungkapkan, *guanxi* dinilai kuat pada era tradisional. Sebaliknya, di era digital *guanxi* nampaknya lemah. Dalam buku *From Strong Guanxi to Weak Guanxi: Connectivity in Chinese Micro-Charity*, Lin dan Huang mengungkapkan tindakan amal atau belas kasihan kepada sesama manusia terjadi karena adanya relasi yang kuat antara sang dermawan dan penerima donasi. Di masa sekarang berubah menjadi *micro-charity*. Era digital, yang identik dengan dunia anak-anak muda, menyalurkan bantuan (*charity*), mereka lakukan dengan menggunakan teknologi informasi, media sosial. Tanpa menunggu hubungan kuat terjalin antara dermawan dan penerima donasi (Lin dan Huang, 2017: [3:3] 481).

4. Beberapa Tipe dan Aspek Negatif dari *Guanxi*

Selain aspek positif, *guanxi* juga memiliki sisi negatif yang perlu diwaspadai. Ling Li menuliskan: “In China, *guanxi* wields considerable power of influence over political, economic and social affairs. It is also a source of sustained ethical controversy, regarding its role in corruption” (Li, 2018: [39] 634-646). Yin Fan dalam *Questioning Guanxi...* menyebutkan sisi negatif *guanxi* yaitu nepotisme, hutang budi karena *renqing*, dan korupsi berkelompok (Fan, 2002: [11] 27-29).

Pengamat ekonomi Asia, Michael Backman, berpandangan tidak terlalu positif mengenai *guanxi*. Kendati ia mengetahui bahwa *guanxi* memiliki peran sangat penting bagi masyarakat Tiongkok dalam melakukan bisnis; hal itu terjadi karena buruknya sistem legal di negara tersebut membuat para pelaku bisnis mencari cara-cara yang tidak harus didukung oleh kontrak hukum yang kuat dalam berbisnis. Cara tersebut mereka lakukan untuk mengembangkan relasi dengan orang-orang yang dapat dipercaya, namun strategi *guanxi* berpotensi terjadinya korupsi (Backman, 1999: 173). Beberapa fakta nampaknya mendukung Backman, bahwa *guanxi* memang muncul dan sangat fenomenal di tengah situasi pemerintah, hukum, dan politik yang sangat buruk di suatu negara.

Data *Transparency International: The Global Coalition Against Corruption* menyebutkan bahwa satu dari empat penduduk dunia melakukan suap. Tingkat praktik suap terendah (5% ke bawah) ialah Australia, Jepang, Korea, dan beberapa negara Eropa. Asia tenggara, termasuk

Indonesia dan beberapa negara di Timur Tengah memiliki angka 30-49% melakukan suap. Tingkat suap tertinggi (lebih dari 75%) terjadi di negara Liberia dan Sierra Leone (Hardoon dan Heinrich, 2013: 10). Menurut statistik *China Corruption Rank 2019* yang dimuat *Trading Economic*, dari 175 negara Tiongkok menduduki posisi 87 negara terkorup dan Indonesia di posisi 89.

Kendati sekelompok orang yang terampil menerapkan nilai-nilai *guanxi* mendapatkan banyak manfaat positif, namun harus disadari dan perluantisipasi pula sisi buruknya. Praktik nepotisme dan korupsi berjamaah sangat merugikan masyarakat. Hal itu harus dibasmi.

ASPEK TEOLOGI DALAM *GUANXI*

1. Membangun Teologi

Upaya membangun teologi sangat penting memperhitungkan konteks. Dalam kaitan dengan *guanxi*, penulis mencoba menggunakan pendekatan Robert J. Schreiter (1998: 39-44). *Pertama*, memahami *makna*; memang tidak selalu terdapat pada teks, melainkan bisa juga pada pemahaman dan reaksi pembaca tentang teks. Makna dapat ditemukan pula pada orang-orang yang menghidupi suatu budaya. *Kedua*, *kebenaran*; bukan merupakan kebenaran yang proposisional melainkan apa yang terbenam dalam narasi komunitas. *Ketiga*, *keseimbangan antara perbedaan dan kesamaan*; diupayakan melalui negosiasi, etika, dan teologi. *Keempat*, *agensis*; bagaimana menjadi perantara yang sehat sehingga komunikasi yang baik antara pembicara dan subjek yang diajak berbicara terjadi dengan efektif walaupun pesan yang ditangkap mungkin bisa berbeda.

Kehidupan dalam kesadaran interkultural menuntut kemurahan-hati, kearifan, kompromi, saling menghormati, dialog yang serius, pengembangan bersama, serta memelihara visi bersama (Gittins, 2010: 5). Kebersamaan dalam atmosfer interkultural harus diawali dengan komunikasi interkultural yang sehat pula. Terkait hal tersebut, Gittins mengusulkan tiga istilah sebagai panduan untuk mewujudkannya. *Pertama*, “membangun sebuah rumah bersama”; *kedua*, “menemukan dignitas di tengah keberbedaan”; *ketiga*, “memikirkan ulang cara kita berpikir” (Gittins, 2010: 6-10).

Di tengah kemajemukan budaya, *guanxi* memungkinkan terjadinya aspek komunikasi interkultural. A. Scott Moreau, Evvy Hay Campbell, dan Susan Greener, merujuk pada Y.Y. Kim (1984: 16), memahami bahwa komunikasi interkultural sebagai sebuah komunikasi efektif antar-anggota yang berbeda latar belakang budaya (Moreau, Campbell, dan Greener, 2010: 16).

Sejumlah pandangan di atas menjadi pertimbangan operasional penulis dalam memahami *guanxi* untuk menemukan aspek teologisnya. Langkah-langkah operasional tersebut meliputi kesamaan makna antara *guanxi* dengan *perichoresis*, keluarga Allah, dan konsep persekutuan gereja.

2. Kesamaan Makna antara *Guanxi* dan *Perichoresis*

Guanxi memiliki makna yang kuat tentang hubungan dua arah serta multi-arah antara suatu pribadi dengan pribadi lain. Makna tersebut nampaknya sejajar dengan istilah *perichoresis*, yaitu hubungan mutualistik sering diungkapkan oleh Yesus dalam kitab Injil Yohanes (Yoh.10:38; 14:10-11; 17:21). Hubungan tersebut dikenal dengan istilah “ketersalingan internal” (*mutual internal*). Sebuah hubungan saling melekat antara satu dengan yang lain namun tanpa saling campur aduk (Volf, 1998: 209). Paul Stevens mengistilahkan hubungan saling menghidupkan (*interanimation*) dan saling merasuki (*interpenetration*). Bagi Stevens, *perichoresis* menggambarkan suatu persekutuan yang kaya dari Allah Bapa, Anak, dan Roh Kudus di mana masing-masing untuk yang lain dan semua untuk yang satu (Stevens, 2008: 154).

Jika *guanxi* mengandung makna yang menekankan hubungan, maka berdasarkan pengertian *perichoresis*, hubungan itu sendiri rupanya menjadi natur dari Allah Trinitas. Konsep ini menyadarkan penulis bahwa sumber dari hubungan yang diupayakan dan dimiliki oleh manusia, entah itu dalam konteks *guanxi* ataupun tidak, bersumber dari Allah sendiri. Sebagai gambar dan rupa Allah, manusia selalu mengupayakan hubungan ketersalingan, baik terhadap sesama maupun dengan Allah.

3. Konsep Keluarga Allah

Memahami “Keluarga Allah” terkait konsep *guanxi*, pandangan Phillip Wogaman yang disitir oleh Yahya Wijaya menarik untuk dicermati. Sebelumnya Wogaman merujuk pada John Howard Yoder (1972: 34) tentang “Kerajaan Allah”. Menurutnya, relasi antara manusia dengan Allah Trinitas dengan manusia bersumber dari “Doa Bapa Kami”. Di mana dalam doa tersebut terdapat frase yang menyatakan Allah sebagai “Bapa” dan “Kerajaan-Mu”. Hal ini berarti Allah yang adalah Raja itu sekaligus juga sebagai Bapa bagi kita. Di sinilah terletak suatu fondasi bagi hubungan keluarga yang penting bagi manusia di dalam Kerajaan Allah (Wijaya, 2002: 211).

Guanxi sendiri memiliki prinsip dasar mengenai hubungan dalam Keluarga Allah. Hal ini sejalan dengan konsep tentang teologi keluarga (*familial theology*). Hubungan merupakan aspek

yang sangat esensial dalam diri Allah dan juga manusia. Lebih lanjut, Yahya Wijaya (2002: 223-224) merujuk pada Daniel Migliore, “Pribadi Allah Trinitas bukanlah subjek yang tertutup dan terpisah antara satu sama lain, melainkan saling berhubungan secara inter-subjektif, saling berbagi secara sadar, setia dalam saling memberi serta menerima.”

Selain hubungan internal dari Allah Trinitas dalam pengertian *perichoresis*, Dia juga percaya memprakarsai hubungan dengan manusia dan mengidentikan diri-Nya sebagai Bapa. Dalam Injil Sinoptik istilah Bapa muncul sebanyak 75 kali dan di Injil Yohanes muncul lebih dari 100 kali. Metafora Allah sebagai “Bapa” diucapkan langsung oleh Tuhan Yesus untuk menunjukkan hubungan yang sangat unik antara Allah dan manusia. Kata *Abba* dalam bahasa Aramaik atau *Pater* dalam bahasa Yunani yang berarti “Bapa”, setidaknya memiliki tiga makna. *Pertama*, menunjukkan sifat Allah yang lembut. *Kedua*, menunjukkan keintiman antara Allah dengan umat-Nya, seperti seorang ayah kepada anak-anaknya. *Ketiga*, menunjukkan status kita sebagai orang percaya yang diadopsi menjadi anak-anak Allah, Yohanes 1:12 (Elwell, 1996: 247). Merujuk pada pemaparan Yin Fan, berkaitan dengan aktivitas pertukaran (*exchange*) dalam keluarga, *guanxi* memberi dampak positif, yaitu: cinta, kehangatan, dan dukungan bagi setiap anggota keluarga.

Dalam kiprah bisnis di kalangan Tionghoa, faktor keluarga juga memainkan peran yang penting. Hal ini berbeda dengan Barat yang lebih menekankan individualisme, bahkan hingga hiper-individualisme. Seperti diungkapkan oleh Yahya Wijaya, dalam perusahaan-perusahaan kaum Tionghoa, struktur dan sistem nilai kekeluargaan sangat ditekankan. Keuntungan dari sistem familisme ialah meminimalisir aturan formal dan legal dalam menjalankan aktivitas bisnis. Nilai-nilai kekeluargaan lebih diutamakan demi pencapaian keuntungan (Wijaya, 2010: 50-51). Nilai-nilai *guanxi* dalam sistem kekeluargaan rupanya sudah dimulai dalam kehidupan masyarakat pedesaan di masa kuno (Langenberg, 2007: 3). Namun demikian menurut Yahya Wijaya (2010: 52), sistem bisnis kekeluargaan kadang kala juga memiliki kelemahan, yaitu tidak dapat mencapai taraf struktur yang lebih baik secara profesional.

4. Konsep Komunitas dalam Kehidupan Jemaat Mula-Mula

Michael Novak, merujuk pada Paul Stevens mengatakan bahwa korporasi adalah suatu ekspresi dari karakter sosial manusia yang menyatakan suatu metafora tentang komunitas gerejawi. Dalam hal ini Stevens berusaha melihat korelasi antara komunitas bisnis dalam kegiatan kooperasi mereka yang menerapkan prinsip komunitas dalam gereja. Karena keberadaan suatu perusahaan (*company*), dari istilah Latin *cum* berarti ‘dengan’ atau ‘bersama’, dan *panis* yang berarti ‘roti’,

mengarah pada persekutuan yang dilakukan oleh kelompok Kristen awal di Yerusalem dalam Kisah Para Rasul 2:42-47. Dari situlah ide tentang korporasi bisnis modern dilaksanakan oleh para pelaku bisnis. Ide tersebut juga mengusung nilai-nilai bagi tanggung jawab baru dan akuntabilitas timbal balik. Merujuk pada Max Stackhouse, Stevens mengatakan bahwa gereja adalah “korporasi lintas etnis dan lintas bangsa”. Karena manusia (laki-laki dan perempuan) yang diciptakan segambar dan serupa dengan Allah (Kej. 1:27) itu pun membentuk komunitas, hubungan dan kasih (Stevens, 2008: 79-80).

Melanjutkan bagian yang sama dari Kitab Kisah Para Rasul tersebut, penulis juga tertarik untuk menghadirkan konsep Amos Yong tentang “ekonomi berbagi, ketersalingan, dan karunia di dalam gereja”. Berangkat dari kisah kehidupan jemaat mula-mula dalam Kisah Para Rasul 2:44-46, Yong memberikan empat penilaian menarik dari jemaat mula-mula dalam kehidupan bersama sebagai suatu komunitas. (i) Motivasi utama tindakan mereka ialah untuk membangun ekonomi alternatif, tentang bagaimana mengatur hidup bersama. (ii) Dalam komunitas sesama orang percaya, segala kebutuhan dipenuhi bersama sehingga tidak ada yang kekurangan. (iii) Faktor pembentuk hubungan yang penuh komitmen dan menguntungkan di dalam komunitas tersebut dilakukan di kalangan sesama orang-orang percaya. (iv) Kaum yang berkelimpahan harta memang ada, namun mereka dengan sukarela berbagi dengan yang berkekurangan sehingga mereka semua merasa ada kesamaan dalam menjawab kebutuhan (Yong, 2010: 298).

Seperti yang telah diungkapkan oleh Yadong Luo di atas, bahwa *guanxi* terbentuk dari berbagai faktor. Di antaranya ialah faktor lokalitas atau dialek bahasa, faktor keluarga fiktif, faktor keluarga, faktor pekerjaan, faktor asosiasi perdagangan dan sosial, dan faktor persahabatan. Penulis melihat bahwa dalam komunitas gereja mula-mula juga terbentuk mirip seperti *guanxi*, bahkan sebenarnya jauh lebih indah dari *guanxi*. Persekutuan mereka terbentuk oleh Roh Kudus dari berbagai jenis orang, latar belakang, status sosial, ekonomi, dan etnis. Mereka tergabung ke dalam suatu kumpulan atau persekutuan orang-orang yang percaya kepada Yesus Kristus. Di komunitas tersebut mereka hidup dalam hubungan yang baik dan hangat serta saling berbagi dalam mencukupi kebutuhan bersama.

5. Citra Allah sebagai Pemelihara Ciptaan bersama Manusia

Dalam menjelaskan perspektif etis-teologis terhadap budaya wirausaha, Yahya Wijaya menjelaskan sifat Allah sebagai pencipta dan pemelihara ciptaan-Nya dengan melibatkan manusia. Beliau menuturkan bahwa dalam Alkitab Allah digambarkan sebagai Pencipta atas seluruh semesta. Namun tidak hanya itu, Allah juga adalah Pemelihara atas seluruh ciptaan-Nya demi kelangsungan

dari ciptaan-Nya itu dari kepunahan. Dalam aktivitas memelihara ciptaan-Nya, Allah berkarya bersama dengan umat-Nya (manusia) yang dipercayai dan mempercayai-Nya secara ulet dan kreatif (Wijaya, 2010: 52-53). Penulis melihat bahwa manusia tidak hanya dipakai sebagai alat atau objek untuk membantu melestarikan semua ciptaan Allah dalam lingkup manusia, namun lebih dari itu, manusia dipercayai oleh Allah untuk tugas pemeliharaan tersebut. Aspek kepercayaan tersebut memiliki kemiripan makna dalam *guanxi* ketika seseorang saling mempercayai dalam menjalankan bisnis atau kerja sama lainnya. Demikian dengan aspek keuletan dan kreativitas Allah dalam memelihara ciptaan-Nya dengan melibatkan manusia, juga ada pada nilai *guanxi* yang dinilai “pantang menyerah” pada keadaan sulit ketika menghadapi kebuntuan dari sistem pemerintah negara korup.

6. Konsep Teologi sebagai Penyedia Alternatif dalam Komunitas

Dalam meresponi konsep teologi sebagai “ratu dari ilmu” seperti yang diungkapkan oleh Milbank, Yong (2010: 231) mengusulkan peran nyata bagi teologi Kristen dan gereja. Menurut Yong teologi dan gereja harus menyediakan berbagai model alternatif ekonomi sehingga kelompok masyarakat yang termarginalkan dapat ditolong oleh pergerakan ekonomi yang didukung oleh gereja. Tanpa peran nyata teologi dan gereja dalam memberikan alternatif yang kreatif bagi model ekonomi yang tepat guna bagi masyarakat termarginal menjadikan teologi tidak berdampak bagi konteksnya.

Konsep tersebut sering diabaikan dalam teologi Kristen, karena ada anggapan bahwa teologi hanya berurusan dengan hal-hal yang non-materi. Jadi langkah-langkah konkret untuk menjawab kebutuhan sosial diabaikan. Yong membantah konsep tersebut dengan mengingatkan kembali makna dari inkarnasi Allah melalui Yesus. Menurut Yong, peristiwa inkarnasi mengundang kita untuk berefleksi bagi teologi materialisme. Karena peristiwa tersebut membuktikan bahwa Allah yang transenden telah nyata dan diam di antara umat-Nya dalam wujud tubuh (Yong, 2010: 236). Penulis melihat ada kesamaan dalam prinsip inkarnasi dengan *guanxi*; harus nyata dan efektif dalam menjawab kebutuhan manusia. Yong dalam merujuk pada tradisi pengajaran sosial Katolik (*CST: Catholic Social Teaching Tradition*) kembali menyatakan bahwa sudah sepatutnyalah gereja kembali menyadari panggilannya untuk menyembuhkan dan menyelamatkan dunia. Terutama bagi mereka yang miskin dan sakit (Yong, 2010: 279). Senada dengan Yong, Michael Novak dalam mengungkapkan pandangan Yohanes Paus Paulus II tentang panggilan bisnis di dunia sekuler. Yohanes Paus Paulus II mengatakan bahwa: “Sang Pencipta (Allah) menciptakan pribadi manusia ialah untuk bekerja dalam komunitas, dan bekerja bersama secara bebas dengan pribadi lain demi kebaikan orang lain” (Novak, 1996).

Yong mempertegas konsep teologi yang menyediakan alternatif dalam menjawab kebutuhan manusia melalui kisah penyembuhan orang lumpuh di Pintu Gerbang Indah oleh Petrus dalam Kisah Para Rasul 3:1-26. Orang lumpuh tersebut terabaikan, terasing dari komunitas masyarakat dan kelompok beragama. Namun setelah ia disembuhkan oleh jamahan Allah melalui Petrus, maka ia bersorak-sorai, melompat, serta memuji Allah bersama para rasul di dalam Bait Allah. Yong melihat bahwa peristiwa tersebut lebih dari sekadar penyembuhan fisik bagi si lumpuh, namun juga penyembuhan penderitaan sosial yang membuatnya miskin dan termarjinalkan; yang membuat ia hanya bisa meminta-minta di gerbang Bait Allah. Selama ia lumpuh, selama itu pula ia tidak mampu dan tidak boleh masuk ke dalam Bait Allah untuk beribadah karena kelumpuhannya. Namun setelah disembuhkan ia pun benar-benar dibebaskan. Menurut Yong hal ini menunjukkan bahwa teologi Petrus memberikan alternatif yang sangat revolusioner (Yong, 2010: 296-297).

Kenman L. Wong dan Scott B. Rae (2011: 71) memiliki pandangan yang senada dengan Yong dalam mengungkapkan misi Yesus dalam Perjanjian Baru. Wong dan Rae melihat bahwa apa yang dilakukan Yesus merupakan demonstrator dari kepedulian Allah dalam mentransformasi umat manusia, baik dalam kehidupan spiritual, ekonomi, dan juga kondisi sosial mereka. Yesus memberi makan bagi yang lapar, memanggil mereka untuk memiliki kehidupan yang kudus, menyembuhkan mereka yang sakit, mengajar orang banyak serta berkhotbah, baik di tempat-tempat ibadah maupun di bukit, dan mempedulikan mereka yang tidak memiliki status sosial yang baik. Hal yang sama juga Allah lakukan melalui para nabi-Nya untuk membela kaum yang termarjinalkan.

Jika *guanxi* dalam pemaparan di atas memiliki dampak memberdayakan kelompok masyarakat Tiongkok dalam menyikapi situasi pemerintah yang korup, maka panggilan teologi Kristen seperti yang diungkapkan oleh Amos Yong nampaknya memiliki arah yang sama. Bedanya dengan *guanxi* ialah teologi Kristen dipanggil untuk menjawab keprihatinan individu maupun sosial bukan hanya dengan nilai-nilai dari teologi itu sendiri, melainkan adanya keterlibatan Allah dalam membangun transformasi.

7. *Guanxi* dan Etika Kristen

Bisnis bukanlah aktivitas yang bertujuan untuk pencapaian profit semata. Walaupun dalam berbisnis prinsip-prinsip *guanxi* sering digunakan untuk mendatangkan keuntungan. Selain faktor keuntungan, bisnis juga memiliki panggilan etis. Dalam hal ini, *guanxi* juga ternyata memiliki nilai-nilai etis yang sejalan dengan etika Kristen. Wijaya (2002: 139-140) dalam mengungkapkan

pandangan Sedgwick mengatakan bahwa komunitas Tionghoa (*Chinese-Indonesian*) sangat mengandalkan *guanxi* dalam usaha dagang dan dalam kehidupan mereka karena hal itu memberikan harapan, kebebasan, dan hubungan-hubungan yang baru.

Sedgwick memberikan dua pandangan utama berkaitan dengan refleksi teologisnya dalam komunitas Tionghoa berkenaan dengan *guanxi*. *Pertama*, dia menekankan pada hubungan antara dunia usaha dan kreativitas Allah dengan memberikan informasi penting tentang referensi utama untuk kegiatan berbisnis sebagai ukuran moral. Pentingnya referensi tersebut bagi orang Tionghoa Kristen sebagai pengganti kepercayaan dari agama populer Tionghoa dalam bisnis ilahi, yaitu suatu kepercayaan di mana mereka dengan leluasa menjadi Kristen. *Kedua*, berkenaan dengan perhatiannya tentang dampak dari usaha dagang yang harus nyata dalam kehidupan sosial sebagai suatu keikutsertaan dalam karya kreatif dari Allah. Hal ini tidak hanya berimplikasi dalam konteks dunia usaha, melainkan juga dalam konteks keagamaan. Posisi sebagai usahawan Kristen merupakan posisi unik bagi orang Tionghoa Kristen. Memang dampaknya di satu sisi memberi kekuatan dalam sektor peningkatan ekonomi di Indonesia, namun di sisi lain hal ini pula membuat mereka sering menghadapi diskriminasi dari pemerintah dan masyarakat umum lainnya (Wijaya, 2002: 139-140).

Yadong Luo telah mendaftarkan setidaknya delapan nilai-nilai filosofis yang terdapat pada *guanxi*, yaitu: loyalitas (*zhong*), menghormati (*xiao*), kebaikan (*ren*), kasih (*ai*), kepercayaan (*xin*), keadilan (*yi*), harmonis (*he*), dan damai (*ping*) (Luo, 2007: 28-30). Nilai-nilai tersebut juga memiliki kemiripan dalam ajaran etis Kristen seperti yang diserukan oleh Paulus kepada jemaat di Filipi 4:8-9. Nilai-nilai etis tersebut meliputi sikap persaudaraan yang menjunjung tinggi aspek kebenaran, kemuliaan, keadilan, kesucian, kebajikan, dan pantas dipuji.

KESIMPULAN DAN REFLEKSI

Dari pemaparan di atas tampak ada banyak kekayaan makna serta kegunaan *guanxi*. Situasi hukum dan pemerintahan suatu negara yang tidak kondusif telah memotivasi seseorang untuk mencari cara-cara yang tidak bergantung pada situasi dan kondisi tersebut. Seperti diungkapkan oleh Yang M.H. (1994, 1996), Huang (2002), Cao (2002), dan Ma C (2001), *guanxi* hadir bukan hanya membuat seseorang terhubung satu dengan yang lainnya. Bukan pula sama-sama menerima nasib “malang” sulitnya hukum negara yang korup, namun *guanxi* benar-benar telah menolong masyarakat Tiongkok meraih berbagai keuntungan.

Dalam kaitannya dengan kekristenan, penulis melihat bahwa *guanxi* juga memiliki aspek teologis. Beberapa di antaranya ialah: (i) memiliki kesamaan makna dengan konsep *perichoresis*, (ii) ada kemiripan mengenai konsep keluarga Allah, (iii) memiliki kemiripan dengan ciri-ciri dalam komunitas jemaat mula-mula, (iv) memiliki aspek kerja sama antara Allah dan manusia dalam memelihara ciptaan, (v) mengandung aspek panggilan bagi teologi untuk menyediakan alternatif bagi komunitas, dan (vi) memiliki nilai-nilai etis.

Kearifan nilai budaya Tionghoa dari *guanxi* tersebut bukan hanya meneguhkan kesamaan dari nilai-nilai yang sudah terdapat dalam teologi, namun juga bisa menjadi motivasi bagi semua orang bahwa apa pun situasi yang sedang dihadapi, ada jalan keluarnya. Situasi yang tidak kondusif bukanlah alasan bagi setiap insan untuk menyerah dan tidak mau maju demi menggapai keberhasilan. Karena dengan menerapkan nilai-nilai *guanxi*, beberapa pelaku bisnis dari kalangan Tionghoa di kawasan Asia serta beberapa tempat lainnya telah membuktikan ketiada-mustahilan itu.

Penulis berkeyakinan, sekiranya nilai-nilai dari *guanxi* tersebut dimengerti dan diterapkan dengan proporsional maka akan membawa banyak kemajuan dalam kekristenan. Di antaranya dalam pembangunan hubungan mutualistis antara gereja, baik secara personal maupun institusional, dengan lingkungan di mana mereka berada. Terlebih bagi gereja-gereja yang berada di daerah-daerah yang mayoritas bukan Kristen dan selalu menentang keberadaan gereja di lingkungan mereka. Strategi *guanxi* dapat diupayakan untuk menghadapi situasi tersebut.

Dalam keluarga, nilai-nilai *guanxi* yaitu hubungan mutualistis juga bisa diterapkan untuk membangun ataupun memperbaiki komunikasi suami-istri atau orang tua-anak sehingga menjadi lebih baik lagi. Intinya ialah bagaimana kepercayaan (*trust*) yang menjadi jatung dari *guanxi* dihidupkan sedemikian dalam keluarga. Jika awalnya *guanxi* dimunculkan serta dihidupkan dengan nilai-nilai kekeluargaan, maka sangatlah tepat jika hal itu dikembangkan sedemikian rupa untuk memulihkan kondisi keluarga yang mungkin menghadapi berbagai problema di masa sekarang.

Selain aspek positif dari *guanxi* dalam kaitannya dengan teologi, aspek negatifnya juga perlu diwaspadai, yaitu korupsi. Seperti yang diungkapkan oleh Yin Fan, korupsi dan kolusi menjadi ancaman dalam praktik *guanxi*. Kewaspadaan ini sangat relevan bagi negara kita Indonesia. Praktik korupsi di negara kita tergolong ke dalam kasus yang cukup mengerikan di dunia. Penulis sangat sependapat bahwa pemanfaatan *guanxi* jangan sampai terjebak pada praktik korupsi. Karena korupsi bertentangan dengan karakter Allah, seperti yang diungkapkan oleh Christoph Stückelberger (2010: 129); “Corruption kills and destroys life, God wants life; corruption denies the rights of the poor, God wants justice; corruption hinders economic performance, God wants honest wealth.”

DAFTAR PUSTAKA

- Backman, Michael. 1999. *Asian Eclipse: Exposing the Dark Side of Business in Asia*, Singapore: John Wiley and Sons Pte. Ltd.
- Barbalet, Jack. 2018. "Guanxi as Social Exchange: Emotions, Power and Corruption", *Sage: Sociology*, Vol. 52 (5).
- Chen, J. and O'Leary P.F. 2018. "Impact of Guanxi on Managerial Satisfaction and Commitment in China", *Asian Academy of Management Journal*, 23 (1), 171-198; <https://doi.org/10.21315/aamj2018.23.1.8>.
- Dong, Li. 2009. *Tuttle Chinese-English Dictionary*, Hong Kong: Periplus Editions.
- Elwell, Walter A. 1996. *Evangelical Dictionary of Biblical Theology*, Grand Rapids, Michigan: Baker Books.
- Fan, Yin. 2002. "Questioning Guanxi: Classification and Implications", *International Business Review*, Volume 11, Number 5, October.
- Gao, Hongzhi; Ren, Monica; dan Miao, Qing. 2018. "Toward a Yin-Yang Balancing Perspective of Relational (Guanxi) Gatekeeping in International Exchange Relationships in China", *Journal of International Marketing, American Marketing Association*, Vol. 26, No. 2.
- Gittins, Anthony J. 2010. *Living Mission Interculturally: Faith, Culture, and the Renewal of Praxis*, Minnesota: Liturgical Press.
- Gold, Thomas; Guthrie, Doug; dan Wank, David. 2002. "Social Connections in China: Institutions, Culture, and the Changing Nature of Guanxi", *Cambridge University Press*, UK: Cambridge Press.
- Guan, Xiaoyu dan Frenkel, Stephen J. 2018. "Explaining Supervisor–Subordinate Guanxi and Subordinate Performance through a Conservation of Resources Lens", *Sage: Human Relations*.
- Haley, George, dkk. 2008. *Encyclopedia of Business Ethics and Society*, dalam <http://www.credreference.com.proxy.globethics.net/entry/sagebes/guanxi>.
- Hardoon, Deborah and Heinrich, Finn. 2013. "Transparency International: The Global Coalition Against Corruption", *Global Corruption Barometer 2013*, www.transparency.org, diakses 05.12.2012.
- <https://tradingeconomics.com/china/corruption-rank>

- Langenberg, Eike A. 2007. *Guanxi and Business Strategy: Theory and Implications for Multinational Companies in China*, German, Heidelberg: Physica-Verlag, A Springer Company.
- Li, Ling. 2018. "The Moral Economy of Guanxi and the Market of Corruption: Networks, Brokers and Corruption in China's Courts", *Sage: International Political Science Review*, Vol. 39 (5): 634-646.
- Lin, Xun. dan Huang, Hua. 2017. "From Strong Guanxi to Weak Guanxi: Connectivity in Chinese Micro-Charity", *Sage: Chinese Journal of Sociology*, Vol. 3 (3).
- Lo, Vincent. "Chinese Business Culture: Guanxi, An Important Chinese Business Element", <http://chinese-school.netfirms.com/guanxi.html>.
- Luo, Yadong. 2000. "Guanxi and Business", *Asia-Pacific Business Series*, Vol. 1, Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- _____. 2007. *Guanxi and Business, 2nd Edition*, Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Moon, W. Jay. 2017. *Intercultural Discipleship: Learning from Global Approaches to Spiritual Formation*, Michigan Grand Rapids: Backer Academic.
- Moreau, Scott; Campbell, Evvy Hay; dan Greener, Susan. 2014. *Effective Intercultural Communication: A Christian Perspective*, Grand Rapids, Michigan: Baker Academic.
- Novak, Michael. 1996. *Business as a Calling: Work and the Examined Life*, New York: The Free Press.
- Qi, Xiaoying. 2017. "Social Movements in China: Augmenting Mainstream Theory with Guanxi", *Sage: Sociology*, Vol. 51 (1): 111-126.
- Ruan J. 2017. *Guanxi, Social Capital and School Choice in China: The Rise of Ritual Capital*, Switzerland: Palgrave MacMillan.
- Schreiter, Robert J. 1998. *The New Catholicity: Theology between the Global and the Local*, Maryknoll, New York: Orbis Books.
- Stevens, Paul. 2008. *God's Business: Memaknai Bisnis Secara Kristiani*, Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Stückelberger, Christoph. 2010. "Corruption-Free Churches are Possible: Experiences, Values, Solutions", *Globethics.net*, Focus 2.
- Volf, Miroslav. 1998. *After Our Likeness: The Church as the Images of the Trinity*, Michigan, Grand Rapids: William B. Eerdmans Publishing Company.

- Warren-Gash, Christopher. 2013. "Want to Capitalize on China? You Better Vave a Good *Guanxi*", *www.forbes.com*, 15 Maret 2012, diakses 03.12.2013.
- Wijaya, Yahya. 2002. *Business, Family, and Religion: Public Theology in the Context of the Chinese-Indonesian Business Community*, Germany: Peter Lang.
- Wijaya, Yahya. 2010. *Kesalehan Pasar: Kajian Teologis terhadap Isu-Isu Ekonomi dan Bisnis di Indonesia*, Jakarta: Grafika Kreasindo.
- Wong, Alfred; Wei, Lu; Wang, Xinyan; dan Tjosvold, Dean. 2017. "Guanxi's Contribution to Commitment and Productive Conflict Between Banks and Small and Medium Enterprises in China", *Sage: Group & Organization Management*, Vol. 42 (6).
- Wong, Kenman L. dan Rae, Scott B. 2011. *Business for the Common Good: A Christian Vision for the Marketplace*, Downers Grove, Illinois: IPV Academic.
- Yong, Amos. 2010. *In the Days of Caesar: Pentecostalism and Political Theology*, Grand Rapids, Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company.
- Young Lee, Jung. 1995. *Marginality: The Key to Multicultural Theology*, Minneapolis: Fortress Press.