



POKOK-POKOK PIKIRAN:
**“GBKP MEMPERSIAPKAN,
MENYONGSONG & MERAIH
REVOLUSI INDUSTRI 4.0”**

Dr. Ir. Manerep Pasaribu, MM

(Dosen Pascasarjana/MM Universitas Indonesia dan
Penulis Buku Big Data Strategic for Knowledge Flow and Innovation 2019)

Tahun Pelayanan GBKP 2020:

**“Meningkatkan Kemampuan Warga GBKP Dalam Pengelolaan Informasi
dan Keterampilan Dalam Penggunaan Teknologi Informasi”**

Jumat, 25 Oktober 2019

Retreat Center GBKP, Sukamakmur, Kec. Sibolangit, Kab. Deli Serdang – Sumatera Utara





POKOK-POKOK PIKIRAN:

**“GBKP MEMPERSIAPKAN,
MENYONGSONG & MERAIH
REVOLUSI INDUSTRI 4.0”**

Dr. Ir. Manerep Pasaribu, MM¹

Kemajuan teknologi informasi telah merangsek dalam gelombang-gelombang besar; didorong oleh kemajuan di bidang otomasi dan pertukaran data, meliputi sistem siberfisikal, internet untuk segala (internet of things), komputasi awan (cloud computing), dan komputasi kognitif. Dengan adanya berbagai gadget canggih, data/informasi menjadi mudah disimpan dan diakses. Lebih dari itu, dengan meningkatnya interkoneksi, data/informasi juga lebih mudah dikumpulkan dan disistematisasikan sedemikian rupa sehingga siap sebagai bahan matang untuk pengambilan keputusan. Begitu besar dan berdampaknya perkembangan teknologi informasi ini sehingga orang menyebutnya sebagai Revolusi 4.0
(*Haidar Bagir: Agama di Era Revolusi 4.0, Kompas. 10 Oktober 2019*).

¹ Staff Ahli Presiden Komisaris NT Corp, Ketua Dewan Pengawas Universitas GBKP Nommensen, Pengajar Pascasarjana dan Magister Manajemen FEB-UI mata ajaran Strategic Management, Knowledge Management, dan Innovation Management. Penulis 5 buku mata ajaran di atas tentang knowledge dan innovation. Buku pertama, Knowledge Sharing: Meningkatkan Layanan Kinerja Perusahaan, Studi Kasus Best Practices Sharing di PT PLN (Persero), Januari 2010, Penerbit Gramedia-Jakarta; buku kedua, Best Practices dan BUMN, Melalui Sharing Best Practices BUMN Bisa Melayani Lebih Baik, April 2013, Penerbit Elex Media Komputindo; buku ketiga, Knowledge, Innovation, & Entrepreneurship, April 2016, Penerbit Kompas Gramedia-Jakarta; buku keempat, Big Data and Strategic Entrepreneurship, Oktober 2017, Penerbit Sonvaldy Media Nusantara-NT Corp; buku kelima, Big Data Strategies, Knowledge Flow, and Innovation, Januari 2019, Penerbit Sonvaldy Media Nusantara-NT Corp; Seorang diver sejati dan menulis buku keenam, "My Underwater Journey... across the Indonesian Archipelago..." (2009) PT Malta Pritindo dan CV. Phototrend; e-mail: mail.emperism@gmail.com, mobile: +62 81802147888. website: www.emperism.com

ABSTRAK

Revolusi Industri 4.0 merupakan keniscayaan (absolut, pasti) dan peluang yang tidak perlu diperdebatkan lagi tapi perlu diraih. Kita perlu mempersiapkan diri agar gelombang revolusi industri 4.0 dapat ditangkap menjadi peluang (*opportunity*) bagi NKRI khusus GBKP. Hampir semua negara maju dan organisasi/lembaga yang ada dalam negara berbenah diri menangkap peluang ini termasuk Indonesia yang sudah dicanangkan oleh Presiden Jokowi. Peluang ini akan mengalir terus tanpa ada yang menghalangi dan kita mempunyai potensi untuk meraihnya dan apabila kita tidak tangkap, kita menjadi ketinggalan dari negara lainnya yang sudah bermain di sana. Peluang ini tidak pernah mundur lagi. “*Take or leave it*”. *To take it* berarti aman dan *to leave it* berarti masalah besar ada di hadapan kita. Dalam revolusi industri 4.0 ada 5 *trend* dari *Information Technology* (IT) di dunia yaitu: Big Data, Media Sosial, Smartphone, IoT, dan Cloud Computing. Lima *trend* ini selalu ada dalam organisasi saat ini yang selalu menekan organisasi untuk berubah ke arah yang lebih baik termasuk peningkatan pelayanan. Lima *trend* IT di atas sudah berada dalam semua aspek kehidupan kita yang bisa kita manfaatkan dengan baik dalam peningkatan sistem pelayanan di GBKP, dan juga dengan dukungan budaya digital (*digital culture*) untuk meningkatkan produktivitas (pelayanan, produk, dan jasa) dan efisiensi untuk meningkatkan daya saing (*competitive advantage*) organisasi GBKP.

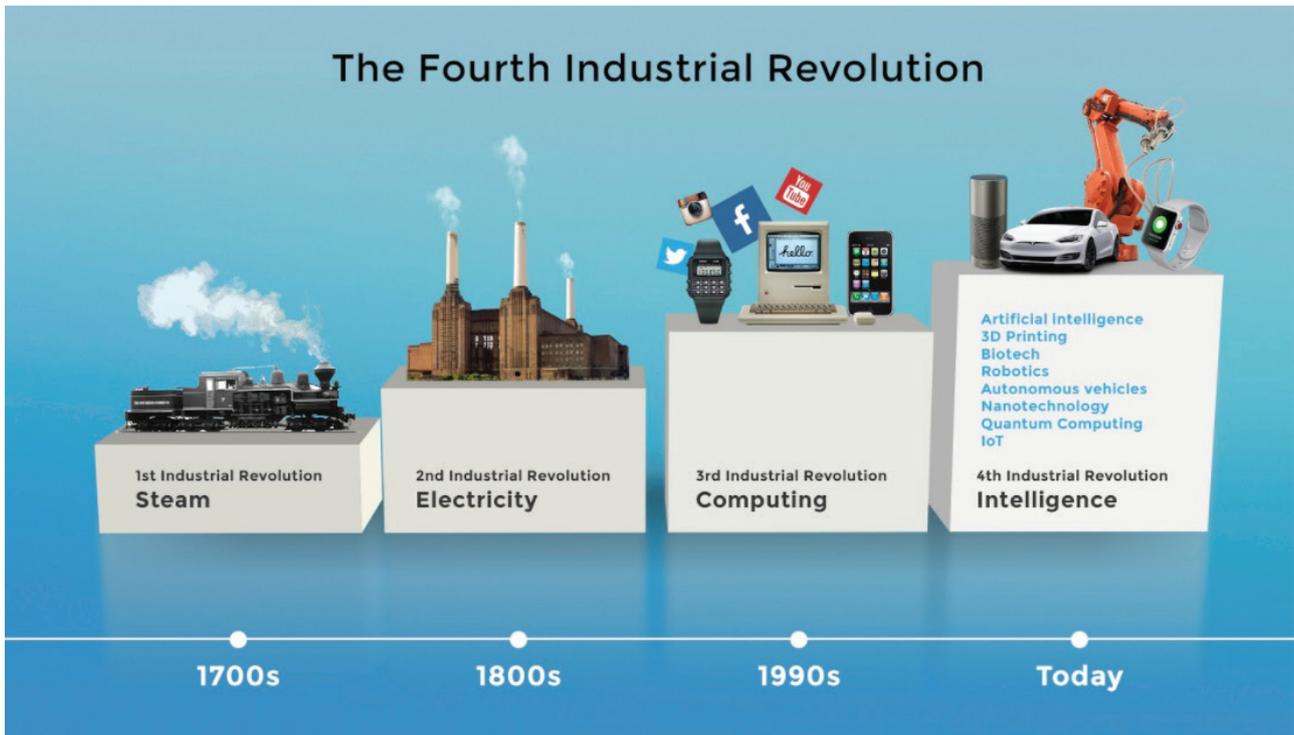
1. REVOLUSI INDUSTRI KEEMPAT

Dalam buku Klaus Schwab (2016) yang berjudul “The Fourth Industrial Revolution”, Schwab (2016) membagi atas 4 tahapan Revolusi Industri yaitu:

1. Revolusi Industri pertama (1760-1840) dipicu (trigger) penemuan rel kereta api dan mesin uap untuk proses produksi secara mekanik.
2. Revolusi industri yang kedua (abad ke-19 s.d awal abad ke-20), digambarkan penemuan listrik “assembly line dalam proses produksi”.
3. Revolusi industri yang ketiga dimulai dari 1960-an yang dapat diklasifikasi penemuan penting:
 - a. Computer atau digital revolution
 - b. Pengembangan semiconductors
 - c. Mainframe computing (1960’s)
 - d. Personal computer (1970’s s.d 1980’s)
 - e. Internet (1990’s)
4. Revolusi industri ke empat ditandai dengan digital revolution, virtual physical system, mobile internet, powerfull sensor, artificial intelligence, and machine learning.



Salah satu jembatan utama antara aplikasi fisik dan digital yang dimungkinkan oleh revolusi industri keempat adalah The Internet of Things (IoT), kadang-kadang disebut “internet of all things.” Dalam bentuknya yang paling sederhana, dapat digambarkan sebagai hubungan antara hal (produk, layanan, tempat, dll.) Dan orang-orang yang dimungkinkan oleh teknologi yang terhubung dan berbagai platform.



Gambar 1. The Fourth Industrial Revolution

2. DUNIA BARU, DUNIA DIGITAL DAN DUNIA TANPA BATAS

Para pakar (ahli) menyebut dunia yang kita huni saat ini sebagai dunia yang berani (*a brave world*), dunia baru (*a new world*), dunia tanpa batas (*a globalized world*), dunia digital (*a digital world*) (Marr, 2015). Ini semua sebagai *impact* dari Revolusi Industri 4.0 yang dipicu adanya “Internet” sebagai hasil dari teknologi digital. Dan internet dilahirkan secara dramatis karena berkembang pesatnya teknologi digital (1 dan 0) dan akan segera mengubah dunia (The Economist, September 2019) dengan *headline* yang berjudul *Chips with everything* “How the internet of things will change the world” seperti ditunjukkan dalam Gambar 2 dibawah ini.





Gambar 2. Dunia Baru yang Berani (*Data Driven World*)

Di ruangan ini saat ini telah bersliweran (gentayangan) simbol-simbol 101010 dan seterusnya yang kita posting lewat smartphone dengan signal 1 dan 0 (*signal digital*) seperti informasi yang kita kirim lewat WA, internet, instagram berupa foto-foto, video WA melalui facebook, Instagram, Twitter, email dan lain-lain. Pengguna signal digital inilah yang membuat dunia yang kita huni lebih mudah, lebih efisien dan lebih produktif serta lebih melayani sesama yang bisa digunakan untuk pembangunan bangsa khususnya GBKP. Apa yang menjadi tanda-tanda Revolusi Industri 4.0? Kita tidak perlu capek mencarinya, dan itu menjadi keseharian kita. Tanpa itu, kita akan kelimpungan, bingung dan gamang menghadapi dunia yang kita huni ini. Salah satunya Smartphone yang kita pegang sehari-hari. Smartphone yang menjadi sahabat sejati siang dan malam (kecuali periode tidur). Masih ada yang lain, email yang dikirim, facebook, instagram, twitter, dan lain-lain.

3. TANDA-TANDA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Disekitar kita dengan mudah kita menemukan tanda-tanda Revolusi Industri 4.0. Kalau begitu apa itu Revolusi Industri 4.0? Apa tanda-tandanya agar lebih mudah memahaminya? Dan tanda-tanda itu sudah ada pada kita dan kita nikmati benefitnya. Merupakan tanda-tanda Revolusi Industri 4.0 adalah: (1) Menuju otomatisasi semua kegiatan kita. (Contohnya pintu jalan tol, pintu parkir, penggunaan robot, dan lain-lain); (2) Menggunakan internet dari peralatan yang kita gunakan seperti email untuk berkomunikasi (IoT); (3) Menggunakan Internet, Smartphone, Belanja Online (gojek, uber, grap, dan lain-lain); (4) Mengkomunikasikan diri lewat Media Social, Face Book, Instagram, Linked-in, Twitter, Line, WA, SMS, dan lain-lain, termasuk menggunakan HP saat kebaktian/pentangiangan; (5) Mengakrabkan diri dengan Algoritma/mesin hitung yang kita gunakan (ATM,



Traveloka, Tiket.com, mobile banking, dan lain-lain); (6) Memesan online Taxi dengan smartphone yang kita miliki (grab, gojek, mobile banking untuk transaksi keuangan, dan lain-lain); (7) Dan lain-lain yang masih banyak contoh yang tidak diuraikan disini.

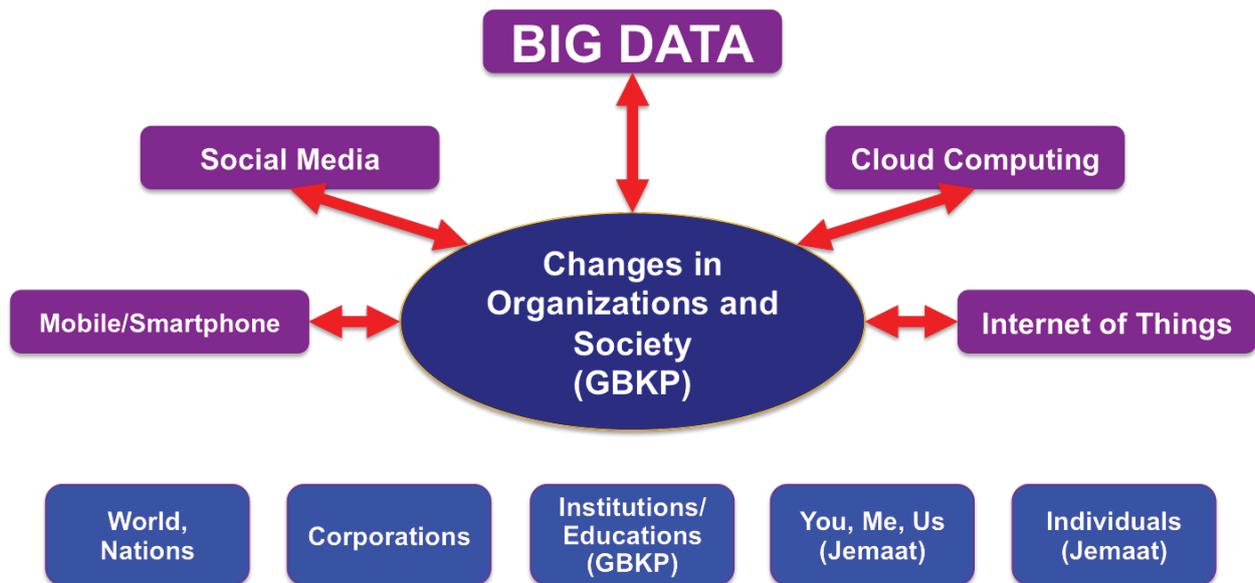
Semua instrument/tools/peralatan teknologi ini ada di sekitar kita, kita miliki, kita gunakan dan bahkan ada yang menggunakan beberapa peralatan yang berlebihan (misalnya memiliki 2-3 HP), 2-3 alamat email dan lain-lain. Berarti Impact Revolusi Industri 4.0 benar-benar sudah melekat pada diri kita, dan tidak mungkin kita lepaskan lagi, karena kita benar-benar sudah bersentuhan dengan teknologi ini. Sehingga para pakar menyebutnya, Revolusi Industri 4.0 adalah keniscayaan (absolut, mutlak), tidak ada yang mampu melawan apalagi bertarung habis dengan teknologi ini. Revolusi Industri 4.0 tidak mungkin mundur lagi karena teknologi ini sudah menjadi "darah daging" mulai dari anak-anak, generasi Z, generasi Y (millennial) bahkan pada generasi boomers.

Jika Instrument/tools/peralatan di atas sudah tidak mungkin lagi lepas dari kegiatan kita, selayaknya ini kita gunakan untuk melayani sesama, memberitakan firman Tuhan untuk memudahkan kita melayani anggota Jemaat baik dalam acara ibadah, Persekutuan Doa/pertangiangan, Berita Jemaat (Ting-ting) dan lain-lain termasuk pemberian persembahan melalui mobile phone (saat mandurung). Jadi jangan alat di atas untuk gossip, berita bohong, hoax, mengadu domba dan lain-lain. Harus kita gunakan untuk memudahkan hidup kita. Bukan untuk menyengsarakan kita apalagi mengadudomba sesama kita.

Hampir semua peralatan/teknologi ini tidak pernah lepas dari kita. Dan siap kita gunakan dan manfaatkan secara optimal. Warga GBKP yang punya pendidikan dan intelektual yang relative lebih baik, selayaknya kita siap untuk menggunakan teknologi ini untuk pelayanan sesama kita, termasuk pelayanan GBKP terhadap umatnya/warganya. Selayaknya GBKP menyongsong dan meraih kehadiran Revolusi Industri 4.0 dengan senang hati dan tangan terbuka dan tidak perlu mempermasalahkan. Kita terima ini menjadi bagian hidup kita dan berkat Tuhan yang luar biasa.

Dari uraian di atas seperti Gambar 2 maka para pakar dapat membagi ke dalam 5 bagian penting sebagai pilar dari transformasi digital atau bagian penting dari Revolusi Industri 4.0 seperti pada Gambar 3 di bawah ini, yaitu: Big Data, Media Sosial, Smartphone, IoT, dan Cloud Computing. Lima trend ini ada dalam lingkungan organisasi bahkan lengket pada kehidupan kita saat ini yang selalu menekan organisasi untuk berubah untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dan menjadi kesempatan untuk berubah ke arah yang lebih baik dalam memperbaiki daya saing (*competitive advantage*) dibidang pelayanan/services pada GBKP mulai dari kantor pusat, kantor klasis, kantor renggun, sektor sampai sesama jemaat.





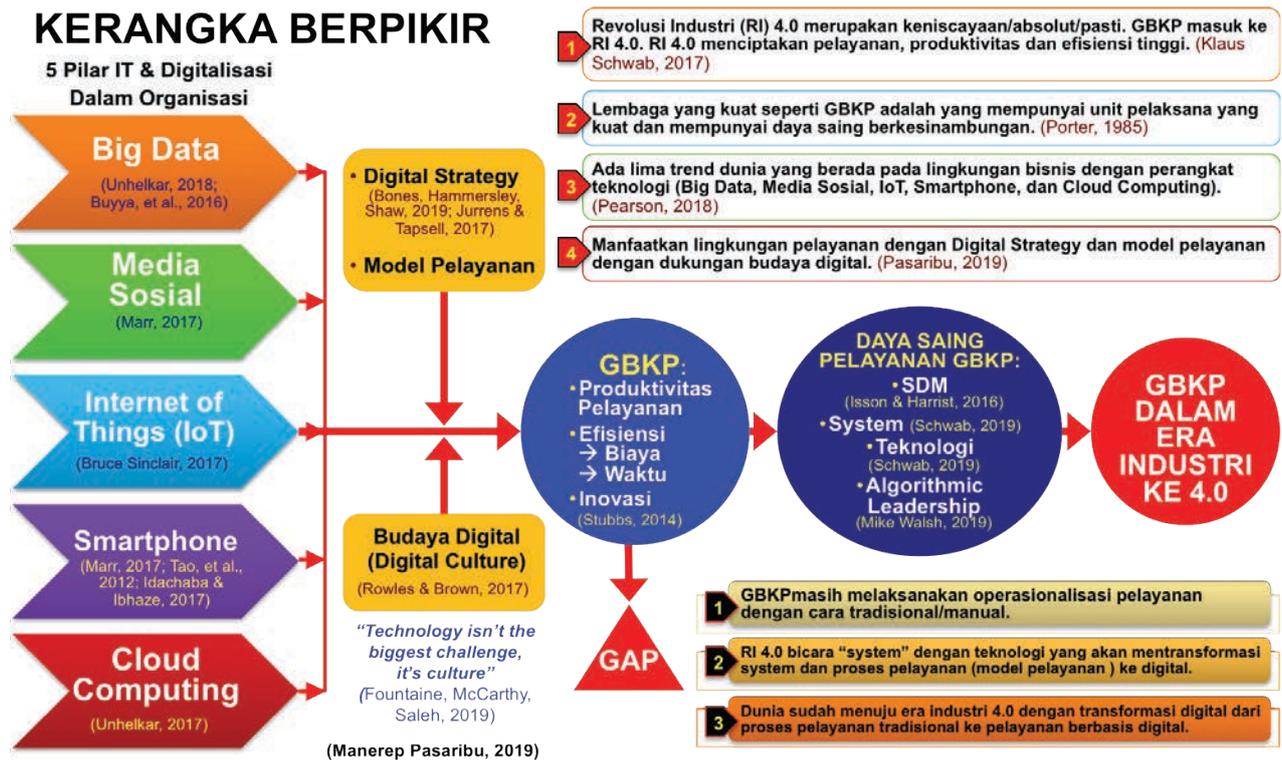
Gambar 3. Five IT Megatrends dalam Revolusi Industri 4.0

Sumber: Information Systems Today, Managing in the Digital World, 8TH, Global Edition, Pearson, 2018

Hal yang perlu dipahami untuk menyongsong dan meraih Revolusi Industri 4.0, bahwa fokus utamanya bukan “teknologi” (teknologi hanya alat/*tools*), tetapi “system” yang dibangun oleh para pemikir-pemikir di GBKP dan dimiliki GBKP memerlukan pemikiran-pemikiran dari para ahli di GBKP, bagaimana selayaknya sistem pelayanan yang terbaik dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman, agar bisa kita songsong dan raih Revolusi Industri 4.0. Teknologi hanya mentransformasi system yang ada ke dalam bentuk digital. Karena transformasi digital dapat mempermudah aspek pelayanan yang produktif dan efisiensi.

Persoalan GBKP saat ini adalah lemahnya daya saing dalam pelayanan sehingga kita tidak mampu mengembangkan GBKP lebih baik lagi. Penyebab lemahnya daya saing pelayanan karena kita kurang memiliki para ahli untuk membuat sistem pelayanan dengan memperhatikan perkembangan teknologi/zaman di sekitar kita. Faktor utama untuk menaikkan daya saing pelayanan saat ini adalah peningkatan penggunaan social media, smartphone, website, bigdata analytics termasuk dalam membuat keputusan yang strategis. Lima trend di atas sudah berada dalam semua aspek kehidupan dan bisnis/aktivitas yang bisa kita manfaatkan dengan baik dengan digital strategy dan dukungan budaya digital (*digital culture*) untuk meningkatkan pelayanan di berbagai aspek, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 4 di bawah ini.





Gambar 4. Kerangka Berpikir GBKP Menyongsong dan Meraih Revolusi Industri 4.0 yang Berbasis 5 Pilar IT

4. BIG DATA SEBAGAI NEW OIL

The Economist (2017) majalah ekonomi tertua di Inggris menulis bahwa *Big Data is the Most Valuable Resources in The World*. Zaman terus berjalan cepat. Tahun berganti tahun, abad berganti abad, begitu cepat berlalu tanpa kita sadari. Dulu rempah-rempah, logam-logam, dan emas merupakan komoditas yang diperebutkan antarbangsa melalui penjajahan dan perdagangan (Choo & Moon, 2002). Kemudian minyak, gas, dan uranium menjadi komoditas yang sangat berharga hingga bisa memunculkan perang dalam rangka penguasaan sumber-sumber tersebut di atas. Sejak tahun 1974-1985, minyak menjadi keunggulan suatu bangsa. Stephen Leeb (2004) dalam bukunya *The Oil Factor* menyatakan "*Oil is essential to all we do*". Kini data menjadi komoditas baru yang sudah mulai memunculkan keributan dan pertikaian.

Konflik baru sangat mungkin muncul karena soal data. Sehingga secara berani kita menyatakan bahwa data sudah menjadi kekuatan yang luar biasa dari suatu organisasi maupun suatu bangsa atau negara. Data yang dimaksud diatas disebut data raksasa (Big Data). Dalam penelitian yang dilakukan Chris Lynch (2015) menyimpulkan bahwa big data adalah fondasi dari kecenderungan (*trends*) dan megatrends yang akan terjadi hari ini, besok, lusa, dan yang akan datang. Hal ini yang



menjadi dasar bekerja seorang entrepreneur/entrepreneurship/pelayanan, termasuk pelayanan gereja, dalam membuat suatu keputusan (Peter F. Drucker, 1985). Selain itu data sebagai sumber informasi. Informasi sebagai sumber pengetahuan (*knowledge*), dan pengetahuan sebagai sumber wisdom (Ackaff, 1989; Sverby.com, 2013). Saat ini data, informasi, dan knowledge kita sebut sebagai minyak baru (*the new oil*) (M. Adams M. Oleksak, 2010).

Data...as the new oil.....

Small Data → Big Data....

Data Menjadi Komoditas/Asset Bernilai

- Dulu rempah-rempah menjadi komoditi utama.
- Kemudian hasil tambang seperti emas dan perak.
- Kemudian menyusul minyak/oil sebagai komoditi utama.
- Sekarang data menjadi komoditi utama yang diperebutkan, khususnya Big Data (bisa menjadi *value*).



Gambar 5. Data Menjadi Komoditas/Asset Bernilai

GBKP dengan jumlah jemaat (+/- 316.423 jemaat, 913 pendeta, 472 + vic 54 jemaat, 913 gereja (104.890 di Kab. Karo dari 211.533 di luar Karo) merupakan kekuatan yang potensial jika kita bisa mengorganisir data anggota jemaat dengan prinsip-prinsip big data (cara kerja big data) (penjelasan tentang hal ini bisa kita bahas tersendiri dalam topik lain) agar data warga GBKP bisa menciptakan nilai (*value*) seperti pendapatan/*revenue*, lapangan kerja, bagi warganya maupun GBKP yang ditinjau secara monetisasi data seperti pada Gambar 5 di atas.

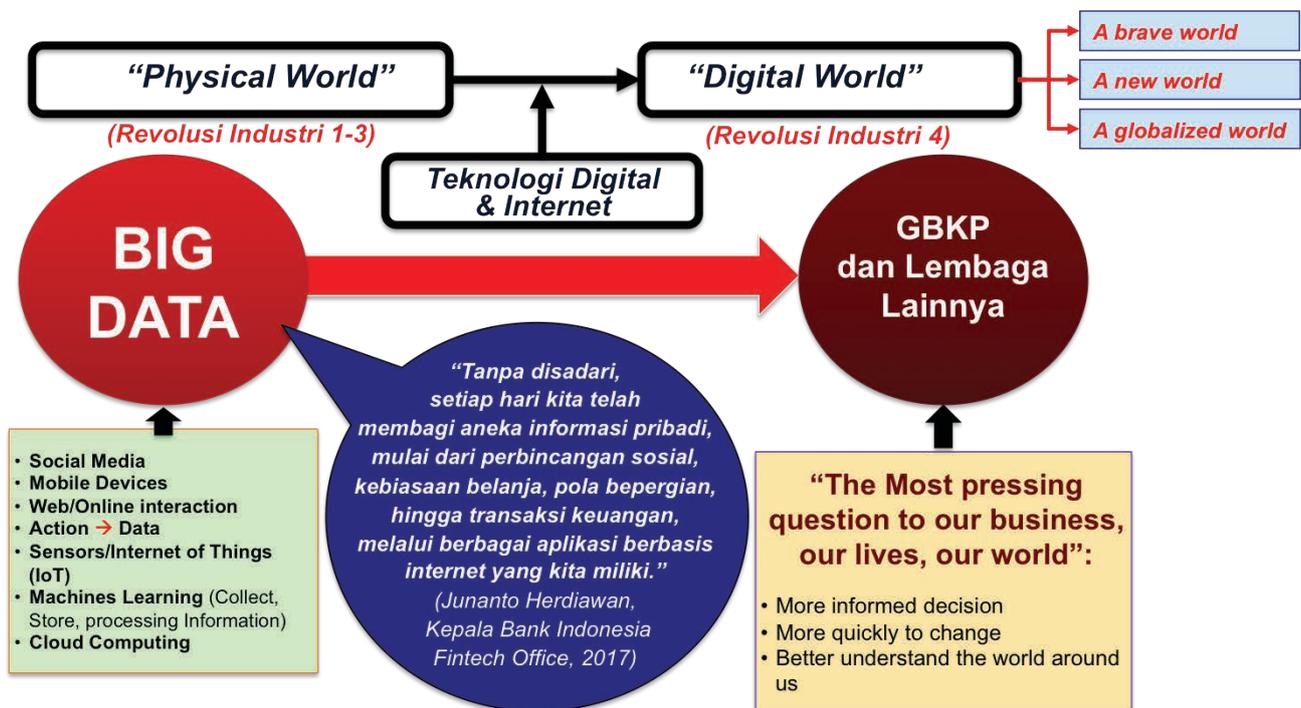
5. DATA DRIVEN WORLD (Big Data Tahu Tentang Saya dan Kita)

Big data tahu banyak tentang diri Anda dan kita semua. Hal ini melebihi dari apa yang Google tahu tentang apa yang kita cari secara online (lewat internet). Penyedia layanan Internet (*internet service provider*) tahu setiap situs web yang pernah kita kunjungi. Bahkan dalam penelusuran pribadi pun (*private browsing*) mereka tahu apa yang kita lakukan. Facebook mengetahui dengan siapa



kita berteman (Marr, 2018). Google tahu usia dan jenis kelamin kita (meskipun kita tidak pernah memberi tahu mereka) dan kita dapat yakin mereka memiliki profil komprehensif tentang kita dan minat kita, sehingga mereka dapat memutuskan iklan apa yang akan ditampilkan kepada kita. Facebook jelas tahu dengan siapa Anda berteman dan dengan siapa Anda menjalin hubungan. Tetapi tahukah Anda bahwa Facebook juga dapat memprediksi apakah hubungan Anda akan berakhir atau, jika Anda lajang, ketika Anda akan menjalin hubungan (dan dengan siapa)? Facebook juga dapat mengetahui seberapa cerdas Anda, berdasarkan analisis “suka (*like*)” Anda. (Jika Anda bertanya-tanya (*wondering*), CNN, Politik Luar Negeri, Mozart, atau The Daily Show memprediksi kecerdasan tinggi, sementara suka untuk Harley Davidson, Lady Antebellum, dan I Love Being a Mom maka Anda diprediksi memiliki kecerdasan rendah. (Marr, 2018).

Contoh lainnya: Polisi tahu di mana Anda mengemudi (misalnya di Inggris), di mana mereka memiliki akses ke ribuan kamera CCTV jaringan di seluruh negeri yang memindai (*scan*) pelat nomor dan mengambil gambar mobil dan pengemudi mereka. Di Amerika Serikat, banyak kota menggunakan kamera lalu lintas serupa. Ponsel Anda juga tahu seberapa cepat Anda mengemudi. Untuk saat ini, informasi itu tidak dibagikan dengan polisi, tetapi semakin banyak perusahaan asuransi mulai menggunakan data ponsel cerdas untuk menyimpulkan siapa pengemudi yang aman dan siapa yang prospeknya lebih berisiko (*riskier prospect*).



Gambar 6. Dari Physical World Menjadi Digital World dan yang menghasilkan Big Data Analytics dan Era Digital



Dalam kampanye pemilihan yang dipengaruhi analitik, misalnya perlu fokus pada penargetan pemilih yang ragu-ragu (*targeting swing* atau *undecided voters*). Lagi pula, mengapa membuang waktu berkampanye kepada mereka yang pasti akan memilih Anda, atau mereka yang tidak akan pernah memilih dalam periode sejuta tahun? Teknik ini dipelopori oleh Kampanye Obama (*Obama Campaign*) pada tahun 2012 ketika tim dengan lebih dari 100 data analyst ditugasi menjalankan lebih dari 66.000 simulasi komputer setiap hari. Dan berhasil memenangkan pemilihan presiden, mudah-mudahan GBKP tidak perlu menggunakan metode ini dalam pemilihan Ephorus pada Sinode Godang yang akan datang.

Dari uraian di atas, dapat digambarkan seperti Gambar 3, terdapat *trends* atau *megatrends* yang disebut “*The five IT Megatrends*” ke depan yaitu:

- Big data dan aplikasinya sebagai strategi dalam penentuan arah pembuatan keputusan dalam berbagai bidang (dapat dilihat pola dan *trends* manusia yang ada di jagad bumi ini).
- Mobile/smartphone menjadi *trends* yang sangat cepat dan menentukan.
- Social media merupakan alat komunikasi yang sangat banyak digunakan masyarakat.
- Cloud computing merupakan algoritma dan penyimpanan data termasuk prosesnya.
- Internet of think (IoT) alat yang bisa mendisrupsi pekerjaan-pekerjaan manusia yang dihubungkan dengan pekerjaan robot.

Kelima hal ini merubah pola kita berorganisasi dan bermasyarakat ke depan dan menciptakan perbaikan dalam pelayanan ke depan di GBKP.

6. TALENTA ILMUWAN DATA DI ERA BIG DATA

Secanggih-canggihnya teknologi, jika tidak dilengkapi dengan talenta (modal insani) yang mumpuni, tidak akan menghasilkan inovasi secara optimum. Talenta yang menguasai analisis Big Data sangat diperlukan di era saat ini. Keahlian dan keterampilan yang 5-10 tahun lalu diperlukan di pasar kerja atau di industri sudah berubah sejalan dengan kemajuan teknologi di era Industri 4.0. Diperlukan *upgrading skills*, baik secara teknis maupun secara soft, yang terstruktur agar talenta Indonesia tidak ketinggalan gerbong proses inovasi, termasuk peningkatan kemampuan berbahasa asing, sebagai media berkomunikasi secara efektif dengan komunitas global. Lembaga-lembaga yang khususnya bergerak di sektor pelayanan dan padat pengetahuan dan teknologi bisa memulainya dengan cara mengubah cara mereka melakukan pelayanan, agar lebih sesuai di era big data, informasi, *knowledge and collaborative economy* seperti sekarang ini (Furinto, 2014).



Dalam artikelnya di Harvard Business Review Oktober 2012, Davenport dan Patil menyebutkan dunia kita saat ini membutuhkan profesi baru, yaitu ilmuwan data (*data scientist*). Ilmuwan jenis baru ini dibutuhkan organisasi untuk menemukan pola dan informasi penting yang tersembunyi dalam tumpukan data digital. Bagi orang awam, tumpukan data itu tampak tidak teratur, acak, dan terus bertambah volume, kecepatan, serta variasinya.

Ilmuwan data bisa menemukan pola keteraturan dan benang merah dari tumpukan data tersebut, yang bermanfaat bagi perusahaan dalam memperbaiki daya saing mereka. Idealnya, ilmuwan data adalah orang yang memiliki kemampuan menjembatani dunia komputer dan dunia bisnis. Karena kemampuan tersebut tentunya langka, dunia bisnis harus berinvestasi dalam membinanya. Lulusan jurusan Fisika, Biologi, atau Matematika bisa jadi adalah cikal talenta yang baik untuk selanjutnya dilatih dengan nalar dan logika sederhana agar menjadi ilmuwan data di lembaga tertentu.

Ilmuwan data harus memiliki kemampuan matematika dan sains yang baik, serta harus dibangun sedini mungkin. Jika dilihat dari perspektif makro dan jangka panjang, Indonesia termasuk GBKP seharusnya memberi perhatian besar pada penyiapan talenta dengan kemampuan matematikadan sains yang baik. Pada saatnya nanti, mereka tidak saja dapat memenuhi kebutuhan industri/pelayanan (*service*) tetapi juga meningkatkan daya saing nasional termasuk GBKP (Furinto, 2014).

7. MENYONGSONG DAN MERAIH REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Jika Instrument/tools/peralatan di atas sudah tidak mungkin lagi lepas dari tangan kita/aktivitas kita/hidup kita/selayaknya ini kita gunakan untuk melayani sesama, memberitakan firman Tuhan untuk memudahkan kita melayani anggota Jemaat baik dalam acara ibadah, Persekutuan Doa/PJJ, Berita Jemaat (Noma) dan lain-lain. Jadi jangan alat di atas untuk gossip, berita bohong, hoax, mengadu domba dan lain-lain. Harus kita gunakan untuk memudahkan hidup kita. Bukan untuk menyengsarankan kita apalagi mengadudomba sesama kita.

Hampir semua peralatan/teknologi ini tidak pernah lepas dari kita. Dan siap kita gunakan dan manfaatkan secara optimal. Warga GBKP yang punya pendidikan dan intelektual yang relatif lebih baik, selayaknya kita siap untuk menggunakan teknologi ini untuk pelayanan sesama kita, termasuk pelayanan GBKP terhadap umatnya/warganya. Selayaknya GBKP menyongsong Kehadiran Revolusi Industri 4.0 dengan senang hati dan tangan terbuka dan tidak perlu mempermasalahakan. Kita terima ini menjadi bagian hidup kita dan berkat Tuhan yang luar biasa.



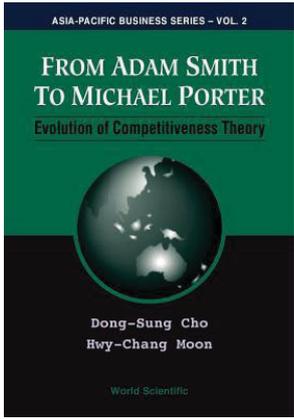
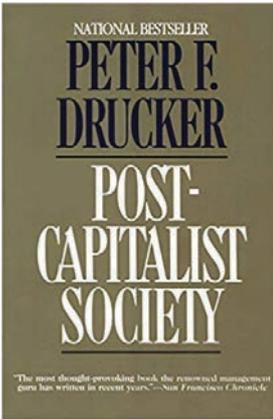
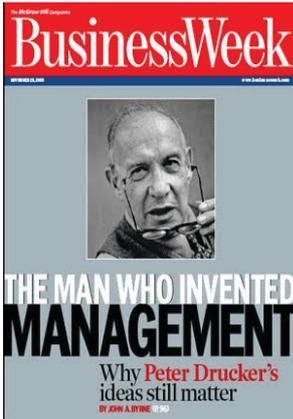
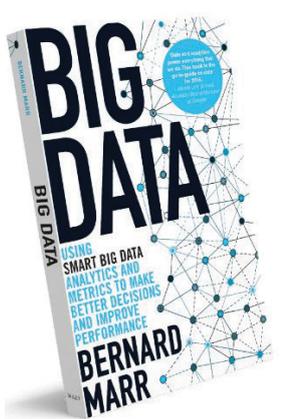
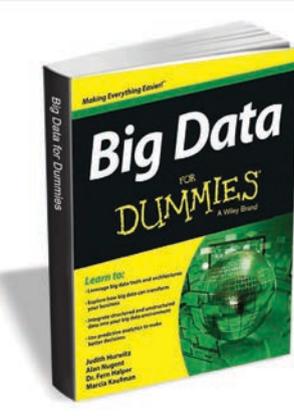
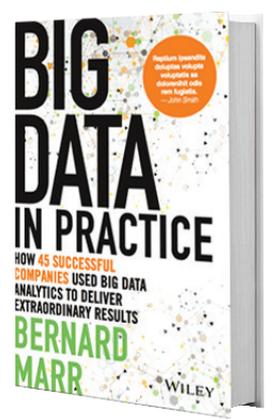
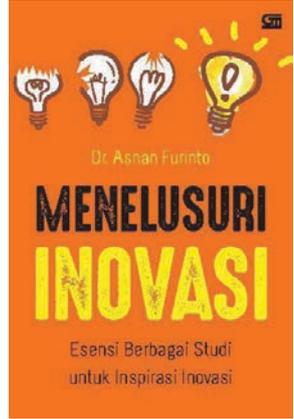
Revolusi Industri 4.0 merupakan keniscayaan (absolut, pasti) dan peluang yang tidak perlu diperdebatkan lagi tapi perlu disongsong dan diraih. Kita perlu mempersiapkan diri agar gelombang revolusi industri 4.0 dapat ditangkap menjadi peluang (*opportunity*) bagi GBKP. Hampir semua organisasi termasuk GBKP, business, pendidikan dan lain-lain berbenah diri menangkap peluang ini seperti Amerika Serikat dan China. Peluang ini akan mengalir terus tanpa ada yang menghalangi dan kita mempunyai potensi untuk meraihnya dan apabila kita tidak tangkap, kita menjadi ketinggalan dari pemain-pemain lainnya yang sudah bermain di sana.

8. KESIMPULAN DAN PENUTUP

1. Revolusi Industri 4.0 adalah keniscayaan (mutlak, absolut) yang tidak mungkin mundur lagi dan tidak mungkin kita menolak kehadirannya, dan harus menjadi peluang yang sangat baik untuk peningkatan pelayanan di GBKP.
2. Generasi muda (generasi Z, generasi Y, bahkan generasi kita saat ini) sudah terbiasa dengan pilar-pilar Revolusi Industri 4.0 (seperti smartphone, media sosial, big data, IoT, Cloud Computing), maka selayaknya peralatan di atas kita optimalkan penggunaannya dalam pelayanan di GBKP.
3. Mainan yang kita akrabi saat ini seperti smartphone dan social media sangat baik digunakan secara optimal untuk peningkatan pelayanan.
4. Menyongsong dan meraih Revolusi Industri 4.0 memerlukan perubahan secara fundamental. Perubahan bisa dilakukan secara bertahap, tidak perlu secara dramatis untuk menghindari gejala-gejala yang timbul. Perubahan bisa dilaksanakan secara bertahap (*pilot project*).
5. Mari kita menyongsong dan meraih Revolusi Industri 4.0 untuk membudayakan pelayanan secara digital pada organisasi, pelayanan (internal dan eksternal) termasuk penggunaan mobile banking untuk menyerahkan persembahan, untuk transparansi keuangan GBKP.
6. Menurut Klaus Schwab (2018), dalam bukunya “Shaping The Future of The Fourth Industrial Revolution”, bahwa menghadapi, menyongsong, dan meraih Revolusi Industri 4.0 ada 4 hal yang perlu kita camkan dalam mindset, agar teknologi dapat menciptakan impact yaitu: (a). **Systems, not technologies; (b). Empowering, not determining; (c). By design, not by default; dan (d). Value as a feature, not a bug**



BUKU-BUKU UTAMA PENDUKUNG

			
<p>FROM ADAM SMITH TO MICHAEL PORTER</p>	<p>POST-CAPITALIST SOCIETY</p>	<p>THE MAN WHO INVENTED MANAGEMENT</p>	<p>BIG DATA</p>
			
<p>BIG DATA FOR DUMMIES</p>	<p>BIG DATA IN PRACTICE</p>	<p>THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION</p>	<p>MENELUSURI INOVASI</p>

“80% of people with a digital presence on the internet before 2025. Positive impacts: increased transparency, faster information dissemination/exchange and more efficient.”

(Klaus Schwab, Executive Chairman of WEF, 2017)



