

## PERAN PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN DI GEREJA TERHADAP PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF JEMAAT DI ERA DIGITAL

<sup>1</sup>Fredik Melkias Boiliu, <sup>2</sup>Martha Megawati Pasaribu

<sup>1,2</sup>Universitas Kristen Indonesia

<sup>1</sup>boiliufredik@gmail.com, <sup>2</sup>marthapasaribu82@gmail.com

### Abstract

*This article examines how the role of Christian religious education in the church can empower the creative economy of congregations in the digital age. One of the church ministries that must be done is to be involved in increasing the welfare of the congregation through economic empowerment of the congregation. Economic empowerment is very important for the church to do, but in fact the church neglects it. In carrying out the ministry as God's worker in the world, the church does not only focus on spiritual matters, but more than that the church also becomes a servant in improving the quality of the social life of the congregation. The problems that occur in the church environment related to mental problems today are economic problems. The problems that occur in the church environment related to mental problems today are economic problems. Therefore, Christian religious education has a very important role to empower the creative economy in the church through teaching and mentoring in the congregation so that the congregation has the ability and skills and applies the creative economy in everyday life. The research method used in this research is literature and literature study. Literature review refers to an assessment of the concepts and theories used based on the available literature, especially from articles published in various scientific journals. Literature review serves to build concepts or theories on which to base studies in research.*

**Keywords:** Digital era, creative economy, church, Christian religious education

### Abstrak

*Artikel ini mengulas tentang bagaimana peran pendidikan agama Kristen di gereja dapat memberdayakan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital. Salah satu tugas pelayanan gereja yang harus dikerjakan adalah ikut terlibat dalam peningkatan kesejahteraan Jemaat lewat pemberdayaan ekonomi jemaat. Pemberdayaan ekonomi sangat penting untuk dilakukan oleh gereja namun pada faktanya gereja mengabaikan hal tersebut. Dalam menjalankan tugas pelayanan sebagai pekerja Allah di dunia, gereja tidak saja fokus dengan hal-hal yang bersifat spiritual saja, namun lebih dari itu gereja juga menjadi pelayan dalam meningkatkan kualitas kehidupan sosial jemaat. Permasalahan yang terjadi dalam lingkungan gereja terkait dengan masalah jasmani saat ini adalah masalah ekonomi. Dalam hal ini, selama ini, gereja tidak mengajarkan jemaat tentang ekonomi, sehingga begitu terjadi covid 19 jemaat banyak yang PHK dari tempat kerja, maka jemaat kebingungan untuk mencari kerja untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Artinya jemaat tidak memiliki kreatifitas untuk mencari uang selain bekerja di perusahaan. Oleh sebab itu, pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting untuk pemberdayaan ekonomi kreatif di gereja melalui mengajar, mendidik, mentoring jemaat sehingga jemaat memiliki kemampuan dan ketrampilan dan menerapkan ekonomi kreatif dalam kehidupan sehari-hari. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan literature. Kajian pustaka merujuk pada pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. Kajian pustaka berfungsi untuk membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian.*

**Kata kunci:** Era digital, ekonomi kreatif, gereja, pendidikan agama Kristen

## PENDAHULUAN

Gereja pada dasarnya memiliki peran penting dalam kehidupan manusia secara rohani dan jasmani. Sejatinya, gereja berperan untuk memanusiaikan manusia menjadi manusia sesuai dengan kehendak Tuhan. Dalam hal ini, gereja merupakan persekutuan orang-orang yang dipilih dan ditempatkan di dunia ini untuk melayani Allah dan melayani manusia. Artinya, gereja sebagai umat Allah, yang dipanggil keluar dari dalam kegelapan kepada terang-Nya yang ajaib untuk memberitakan perbuatan-perbuatan-Nya yang besar (Abineno, 2012). Gereja memiliki tugas dan tanggung jawab pada manusia (jemaat) secara rohani dan jasmani. Dalam hal ini, selain gereja mengajarkan jemaat untuk memiliki hidup yang baik dan benar sesuai standar iman Kristen dalam kehidupan sehari-hari dan untuk menuju kehidupan kekal, gereja juga harus mengajarkan jemaat untuk memiliki hidup yang baik dan sejahtera secara jasmani dalam kehidupan sehari-hari (Susanta, 2018). Gereja dipanggil dan diutus Allah kembali ke dalam dunia ini untuk melayani secara jasmani maupun rohani. Dalam hal ini, kedua aspek ini memiliki peran yang sangat penting di gereja dan perlu terus menerus ada dalam gerak dan aktifitas gereja, sehingga panggilannya untuk melayani secara utuh akan dapat terpenuhi (Kamarullah, 2020). Hal ini berarti bahwa gereja memiliki tanggung jawab pada aspek kehidupan rohani dan jasmani jemaat. Namun, pada faktanya gereja hanya fokus pada satu aspek (kerohanian) dan memberi penekanan pada aspek ini seolah-olah aspek ini paling penting dan mengabaikan aspek rohani. Fokus gereja pada aspek kerohanian dan mengabaikan aspek jasmani dapat menunjukkan bahwa gereja belum sepenuhnya melakukan tugas dan fungsinya secara menyeluruh.

Dalam menjalankan tugas pelayanan di dunia, gereja memiliki visinya yang biasa disebut trifungsi gereja, yaitu *koinonia* (persekutuan), *marturia* (kesaksian), dan *diakonia* (pelayanan). Dalam hal ini, ke tiga tugas gereja tersebut yang terpenting adalah *diakonia*, karena *diakonia* adalah “memberi

pertolongan atau pelayanan (Manullang, 2018). Kata *diakonia* berasal dari bahasa Yunani yang berarti pelayanan. Berpadanan dengan kata *diakonia* adalah *diakonein* yang artinya melayani, dan *diakones* yang berarti orang yang melakukan pelayanan (Sembiring, 2020). *Diakonia* adalah pembebasan manusia dari berbagai keterpurukan dan keterbelakangannya, sebagaimana secara penuh diperlihatkan oleh Yesus Kristus sendiri. Oleh karena itu gereja harus mampu menjalankan tugas diakonianya dengan baik karena gereja tanpa diakonia tidak pantas disebut gereja bahkan gereja adalah diakoni (Simanjuntak, 2018).

Dalam menjalankan tugas pelayanan sebagai pekerja Allah di dunia, gereja tidak saja fokus dengan hal-hal yang bersifat spiritual saja, namun lebih dari itu gereja juga menjadi pelayan dalam meningkatkan kualitas kehidupan sosial jemaat. Salah satu tugas pelayanan gereja yang harus dikerjakan adalah ikut terlibat dalam peningkatan kesejahteraan jemaat lewat pemberdayaan ekonomi. Dalam hal ini, pemberdayaan ekonomi sangat penting untuk dilakukan oleh gereja namun pada faktanya gereja mengabaikan hal tersebut. Gereja tidak mengajarkan jemaat bagaimana mencari uang yang benar dan bagi gereja hal mencari uang adalah urusan jemaat dan gereja mengurus masalah kerohanian jemaat. Namun, yang menjadi persoalan ialah gereja tidak mengajarkan cara jemaat mencari uang yang benar secara kreatif dan inovatif, tetapi gereja menekan jemaat untuk memberikan perpuluhan melalui pengajaran (khotbah-khotbah).

Permasalahan yang terjadi dalam lingkungan gereja terkait dengan masalah jasmani saat ini adalah masalah ekonomi. Dalam hal ini, selama ini, gereja tidak mengajarkan jemaat tentang ekonomi, sehingga begitu terjadi covid 19 dan jemaat banyak yang PHK dari tempat kerja, maka jemaat kebingungan dengan masalah kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Gereja terpenggil untuk bertanggung jawab memikirkan kehidupannya sebagai organisasi pada kehidupan masyarakat luas (Hutagalung, 2016). Secara khusus, gereja

terpanggil jemaat yang ada di lingkungan gereja. Oleh karena itu, gereja dan kehidupan anggotanya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan ekonomi. Keterlibatan gereja di bidang ekonomi adalah suatu bentuk keterlibatan gereja di bidang bisnis. Bisnis bukan suatu bidang ekonomi yang berdiri sendiri atau terisolasi dari unsur-unsur lain yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, bisnis berhubungan dengan unsur-unsur lain tersebut, termasuk gereja (F.Nanuru, 2014).

Marthin Luther menjelaskan bahwa Allah memanggil setiap orang ke dalam pekerjaannya masing-masing untuk menyatakan kebaikan dan kesejahteraan. Oleh karena itu, bekerja adalah suatu partisipasi di dalam karya pemeliharaan Allah atas ciptaannya (Saragih, 2019). Senada dengan ini, Calvin menyatakan bahwa pendapat Luther tersebut adalah suatu cara yang luhur dan mulia untuk memuji Allah melalui ciptaanNya (Simon, 2012). Dengan demikian, keterlibatan gereja di bisnis adalah bagian dari menyatakan kebaikan dan kesejahteraan di bidang ekonomi sebagai wujud partisipasi di dalam karya pemeliharaan Allah atas ciptaanNya atas dunia ini tentunya dengan motivasi yang tidak merugikan orang lain. Calvin juga menandakan bahwa berbicara tentang keterpanggilan, maka kita berbicara tentang keterpanggilan yang harus dijalani dengan laku hati dan nurani yang bersih (Simon, 2012).

Allah menciptakan manusia menurut gambar dan rupaNya dan memperlengkapi manusia dengan akal budi untuk mengelola alam semesta yang Allah percayakan kepada manusia. Dalam hal ini, Tuhan menciptakan manusia pada hari yang terakhir di mana semua kebutuhan manusia telah tersedia di bumi, manusia diberi mandat untuk berkuasa mengelola seluruh isi bumi namun disertai dengan tanggungjawab untuk mengusahakannya dan memeliharanya. Pemilik mutlak adalah Allah, manusia hanya wakil Allah di bumi dan harus mempertanggungjawabkannya kepada Allah (Kejadian 1:26; 28-30; 2:15). Dalam Kitab Kejadian 1:1-31 jelaskan bahwa Allah

menciptakan segala materi dan sebagian besar materi ciptaan tersebut bisa menjadi materi bisnis. Manusia tercipta sebagai “makhluk sosial” yang terkait dengan masalah ekonomi untuk hidup artinya bahwa manusia harus berjuang untuk “kehidupannya” melalui bidang pertanian maupun perdagangan (Latupeirissa, 2019). Dalam hal ini, mandat yang Allah percayakan kepada manusia untuk mengelola alam semesta untuk kebutuhan manusia itu sendiri dan untuk kemuliaan Allah merupakan tugas dan tanggung jawab manusia. Dalam mengelola alam semesta dibidang ekonomi manusia bisa berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, ekonomi sudah ada sejak zaman penciptaan dan manusia yang terus mengembangkan ekonomi sesuai dengan perkembangan zaman dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan untuk kemuliaan Tuhan sebagai tanggung jawab yang Allah percayakan.

Manusia terus mengembangkan cara berdagang sesuai dengan perkembangan hingga kini di era digital cara berdagang harus dilakukan dengan serba digital. Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin mengglobal. Konsep ekonomi digital merupakan sebuah konsep yang digunakan untuk menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada kondisi sosial-ekonomi. Dalam hal ini, konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi yang berdampak pada ekonomi makro maupun mikro (Setiawan, 2018). Dalam ekonomi digital, perusahaan menawarkan layanan mereka sesuai dengan layanan tertentu yang sesuai dengan permintaan spesifik atau penawaran khusus, penawaran telah dikarakterisasi sebagai penawaran. Dalam hal ini, agar ekonomi digital dapat memberikan keuntungan kepada masyarakat dan pelaku usaha, maka diperlukan kerangka regulasi yang tepat, sehingga terjadi iklim pasar yang kompetitif

dan seimbang dalam mengembangkan ide untuk menciptakan produk dan inovasi. Ciri ekonomi digital adalah perdagangan global yang banyak memotong rantai *intermediary* dan diharapkan tidak ada *barrier to entry*, sehingga memberi keleluasaan partisipasi pasar (Setiawan, 2018).

Ekonomi digital terus berkembang di Indonesia saat ini, sehingga Indonesia dinilai memiliki potensi besar karena tingkat penetrasi pengguna internetnya terus meningkat. Pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau meningkat 7,96 persen dibandingkan tahun 2016 sebesar 132,7 juta jiwa (Wibowo, 2018). Jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta jiwa. Pemerintah Indonesia di era Presiden Joko Widodo menargetkan Indonesia menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di ASEAN pada tahun 2020 dengan proyeksi nilai transaksi *e-commerce* mencapai 130 juta USD (Sayekti, 2018).

Ekonomi digital merupakan suatu hal yang menandakan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada masa yang akan datang, ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang menggunakan layanan internet sebagai media dalam berkomunikasi, kolaborasi dan bekerjasama antar perusahaan atau individu (Sayekti, 2018). Oleh karena itu, untuk menghadapi ekonomi digital perlu adanya pemahaman dan pelaksanaan ekonomi kreatif pada masyarakat. Dalam hal ini, tuntutan akan perekonomian yang lebih efisien menyebabkan kebutuhan akan inovasi semakin besar, sehingga dikembangkanlah konsep ekonomi kreatif untuk menjawab tuntutan tersebut. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang mengandalkan kreatifitas individu dalam mengoptimalkan daya saing yang dimiliki, landasan dasar dari konsep ekonomi kreatif ini adalah dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input utama dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang

baik (Toriq, 2018). Dengan demikian, ekonomi kreatif digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Industri kreatif memiliki 14 subsektor industri kreatif yang telah dipetakan oleh Departemen Perdagangan RI pada tahun 2007. Industri kreatif akan terus berkembang seiring dengan dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan untuk mendukung pergerakan pertumbuhan industri kreatif, sehingga membuat setiap lapisan masyarakat ikut turun andil dalam kegiatan perekonomian (Sumar'in, Andiono, 2017). Dari hasil survey Badan Ekonomi Kreatif yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik yang memuat informasi hasil Survey Khusus Ekonomi Kreatif (SKEK) tahun 2016. Salah satu informasi SKEK yaitu mengenai Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2015 PDB ekonomi kreatif tumbuh sebesar 4,38 persen dengan angka sebesar 853 Triliun. Pada tahun 2014 PDB yang dicapai oleh Bekraf sebesar 784,82 Triliun. Dalam hal ini, ekonomi kreatif memiliki potensi yang menjanjikan. Pada 2016, kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional mencapai 7,44% dan diproyeksikan akan meningkat dua kali lipat di tahun 2019 dengan nilai mencapai Rp 1,2 triliun (Toriq, 2018).

Dalam hal ini, terkait dengan permasalahan ekonomi yang terus berkembang hingga kini di era digital perlu adanya peran dari gereja. Keberadaan dan kehadiran gereja di tengah-tengah masyarakat, sewajarnya memberikan dampak yang positif. Gereja di dalam masyarakat dapat diartikan sebagai suatu organisasi sosial, maka dari itu gereja juga harus ikut berpartisipasi dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat sekitar, salah satunya dalam bidang ekonomi (Nugroho, 2019). Oleh sebab itu, gereja harus menyadari bahwa masalah ekonomi merupakan masalah yang sangat penting, dan masalah ini tidak hanya menjadi masalah bangsa, tetapi juga dunia. Gereja perlu menyadari bahwa masalah tersebut juga merupakan masalah bagi gereja, karena di lain sisi hal tersebut dapat

menjadi keresahan bagi jemaat dan masyarakat serta lingkungannya (Nugroho, 2019).

Oleh karena itu, perlu adanya peran pendidikan agama Kristen di gereja untuk memberikan pemahaman tentang ekonomi kreatif di era digital melalui pengajaran, pendampingan, dan pelaksanaan kepada jemaat di gereja. Pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan di gereja tujuannya membantu jemaat dalam berdagang di era digital untuk memenuhi kebutuhan. Artinya bahwa gereja tidak hanya memberikan pemahaman secara rohani untuk kehidupan kekal, tetapi gereja juga memberikan pemahaman kepada jemaat bagaimana hidup dalam kehidupan sehari-hari.

### METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka yakni berisi teori-teori relevan terkait dengan masalah. Jenis penelitian kepustakaan atau library research adalah penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah dan penelaahan kritis secara mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan (Hadi, 2011). Kajian pustaka merujuk pada pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. Kajian pustaka berfungsi untuk membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian (Sujarweni, 2014). Adapun metode pengumpulan data penelitian ini diambil dari sumber data, yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Era Digital

Pada dasarnya, pemberdayaan merupakan suatu proses untuk memberikan daya/kekuasaan (*power*) kepada pihak yang

lemah (*powerless*), dan mengurangi kekuasaan (*powerful*), sehingga terjadi keseimbangan. Dalam hal ini, pemberdayaan (*empowerment*) merupakan konsep yang berkaitan dengan kekuasaan (*power*). Istilah kekuasaan seringkali identik dengan kemampuan individu untuk membuat dirinya atau pihak lain melakukan apa yang diinginkannya. Kemampuan tersebut baik untuk mengatur dirinya, mengatur orang lain sebagai individu atau kelompok/organisasi, terlepas dari kebutuhan, potensi, atau keinginan orang lain (Anwas, 2014). Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah, sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, dan menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan (Hasan, 2018).

Ekonomi sebagai suatu usaha mempergunakan sumber-sumber daya secara rasional untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sesungguhnya melekat pada watak manusia (W, 2011). Tanpa disadari, kehidupan manusia sehari-hari didominasi kegiatan ekonomi. Dalam hal ini, ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan keluasaan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu, ide, gagasan, bakat, dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti di era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing dipasar dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing

berbasis kreativitas, inovasi, dan imajinasi (Purnomo, 2016).

Dalam hal ini, terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, penemuan, dan inovasi, (Pangestu, 2011) yaitu: (a) kreativitas, suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh* dan dapat diterima umum. Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain. (b) penemuan, Istilah ini menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diakui sebelumnya. (d) inovasi, sesuatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Dengan demikian, tujuan ekonomi kreatif adalah meningkatkan kualitas hidup, toleransi, dan menciptakan nilai tambah. Ekonomi kreatif dalam sumber daya yang ada akan sangat membantu masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan pendapatan atau kesejahteraan hidup (Sari, 2017).

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott pada tahun 1997, Menurutnya ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang memengaruhi system ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya, yaitu industry TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa (Setiawan, 2018). Dalam hal ini, konsep ekonomi digital merupakan sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada kondisi sosial-ekonomi. Konsep ini menjadi

sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi yang berdampak pada ekonomi makro maupun mikro. Sektor yang dipengaruhi meliputi barang dan jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada sejauh mana teknologi digital dapat menjangkau.

Perekonomian berbasis teknologi seperti ini dikenal sebagai ekonomi digital. Ekonomi digital merupakan sebuah spesialisasi dari ekonomi regional. Ekonomi digital adalah kalaborasi dari berbagai elemen yang saling berhubungan satu dengan yang lain. Ekonomi ini mencoba membuat serangkaian proses berlanjut yang dimulai dari pedagang/penyedia jasa menjajakan barang/jasa mereka di sebuah ruang tertentu di internet, pembeli/konsumen yang membeli barang/menggunakan jasa pada ruang tersebut, pembayaran langsung/dengan bank tertentu, pengiriman barang langsung/menggunakan jasa pengiriman barang, serta penggunaan jasa secara langsung.

Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin mengglobal di dunia. Menurut Dalle sejarah ekonomi dunia telah melalui empat era dalam hidup manusia, yaitu era masyarakat pertanian, era mesin pasca revolusi industri, era perburuan minyak, dan era kapitalisme korporasi multinasional. Dalam hal ini, empat gelombang ekonomi sebelumnya berkarakter eksklusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok elite tertentu. Gelombang ekonomi digital hadir dengan topografi yang landai, inklusif, dan membentangkan ekualitas peluang. Karakteristik ini memiliki konsep kompetisi yang menjadi spirit industri yang dengan mudah terangkat oleh para pelaku startup yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Oleh karena itu, ekonomi digital merupakan '*sharing economy*' yang mengangkat banyak usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis dunia.

Ekonomi digital yang dianggap sebagai salah satu penggerak perekonomian ini

memiliki kelebihan dalam perekonomian negara antara lain menciptakan pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi, meningkatkan produktivitas dunia industri dan meningkatkan persaingan dalam dunia kerja yang menuntut sumber daya manusianya meningkatkan skill dan pengetahuan yang dimiliki sehingga kualitas tenaga kerja di Indonesia semakin meningkat. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang sangat pesat dibuktikan dalam data BPS bahwa perekonomian di 10 tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif, yaitu pada tahun 2017 yang berada pada angka 5,07 % di bawah target APBN dan perubahan tahun 2017 ditetapkan sebesar 5,2% yang berarti pertumbuhan ekonomi ini menjadi yang tertinggi sejak tahun 2014 sebesar 5,01%, periode 2015 sebesar 4,88% dan periode 2016 sebesar 5,03% (Luqman, 2020).

#### **Pemberdayaan ekonomi di Gereja**

Secara etimologis, “gereja” berasal dari bahasa Portugis: *igerija* berarti “umat kepunyaan Allah sendiri”, atau “ekkllesia” (Yunani) berarti “yang dipanggil keluar”. Gereja juga sering kali didefinisikan sebagai “persekutuan orang-orang percaya” (Sukardi, 2010). Gereja merupakan sekelompok orang percaya pada Kristus Yesus yang diidentifikasi sebagai jemaat lokal atau sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. Dalam hal ini, gereja dapat dipahami dalam dua arti salah satunya adalah gereja lokal sebagai sekelompok orang percaya pada Kristus Yesus yang diidentifikasi sebagai jemaat lokal atau sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat sebagai contoh dalam PB disebutkan gereja di Yerusalem (Kis. 8:1), (Kis. 20:17), dan lain sebagainya (Thiessen, 2010). Gereja dapat berperan dalam berbagai hal seperti program pengembangan masyarakat, pengentasan kemiskinan, peningkatan pendidikan dan termasuk pemberdayaan ekonomi.

Dalam hal ini, untuk melakukan pemberdayaan ekonomi gereja, gereja perlu terlibat dalam praktek bisnis. Bisnis adalah kegiatan ekonomi dan yang terjadi dalam

kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja mempekerjakan, dan interaksi manusia lainnya. Bisnis dilukiskan sebagai kegiatan ekonomi yang terstruktur atau terorganisasi untuk menghasilkan untung sehingga ketika berbicara mengenai bisnis menjadi amat kompleks (Palabiran, 2020). Terkait dengan menerapkan bisnis di gereja, kebanyakan orang memandang bisnis sebagai sesuatu yang berhubungan dengan duniawi dan kotor serta lekat dengan tipu daya dan moral jahat. Namun pada hakekatnya bisnis itu tidak kotor, tergantung bagaimana orang memandang bisnis itu. Dalam hal ini, bisnis menjadi kotor bila orang berperilaku tamak dan tidak bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan bisnisnya, dan sebaiknya bisnis menjadi baik bila orang berperilaku secara bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Zega, 2019). Oleh sebab itu, keterlibatan gereja dalam ekonomi atau bisnis merupakan hal penting, karena itu terkait dengan kesejahteraan jemaat secara jasmani. Gereja terpanggil untuk bertanggung jawab memikirkan kehidupannya sebagai organisasi pada kehidupan masyarakat luas (GP, 2012). Secara khusus gereja terpanggil untuk kesejahteraan masyarakat sejahtera dan adil.

Oleh karena itu, gereja dan kehidupan anggotanya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan ekonomi (GP, 2012). Dalam hal ini, Sudah sejak abad pertengahan gereja terlibat aktif dalam masalah ekonomi dan sosial, bukan hanya dalam aspek dan aras teologis saja, tetapi juga melakukan secara langsung kegiatan ekonomi. Gereja pada masa reformasi juga melanjutkan langkah-langkah tersebut (Yahya, 2010). Dengan demikian, kegiatan ekonomi merupakan perwujudan konsep panggilan ilahi untuk menjadi setia di setiap tempat dan waktu, karena melalui kegiatan ekonomi yang dilakukan gereja, jemaat Tuhan dan manusia pada umumnya dapat memuliakan nama Tuhan. Terkait hal tersebut setiap warga gereja terpanggil untuk terlibat di dalam usaha yang dilakukan gereja di bidang ekonomi, baik ekonomi masyarakat ataupun

ekonomi gereja. Salah satu hal yang dilakukan oleh setiap warga gereja di bidang ekonomi gereja adalah berpartisipasi di dalam memberi persembahan kepada gereja sebagai rasa syukur atas karunia dan berkat Tuhan yang mereka terima. Hal lain yang dapat dilakukan oleh warga gereja di bidang ekonomi gereja adalah mengelola persembahan yang ada dan mengelola harta benda yang dimiliki gereja secara khusus oleh jemaat *Ora et Labora*. Keterlibatan gereja di bidang ekonomi adalah suatu bentuk keterlibatan gereja di bidang bisnis. Bisnis bukan suatu bidang ekonomi yang berdiri sendiri atau terisolasi dari unsur-unsur lain yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, bisnis berhubungan dengan unsur-unsur lain tersebut, termasuk gereja (Yahya, 2010).

#### **Perspektif Alkitab Terhadap Pemberdayaan Ekonomi di Gereja**

Dalam Alkitab termuat banyak ajaran atau perintah yang berhubungan dengan aspek ekonomi. Dalam kitab Kejadian 1:1-31 dijelaskan bahwa Allah menciptakan segala materi dan sebagian besar materi ciptaan tersebut bisa menjadi materi bisnis. Manusia tercipta sebagai “makhluk sosial” yang terkait dengan masalah ekonomi untuk hidup. Dalam arti, bahwa manusia harus berjuang untuk “kehidupannya” melalui bidang pertanian maupun perdagangan. Dalam hal ini, kegiatan ekonomi sebenarnya telah tercipta sejak hari Penciptaan dan dimulai sejak Allah memberikan mandat kepada manusia untuk mengusahakan bumi. Jika dilihat dari akar katanya, ekonomi intinya adalah mengenai membuat keputusan dan keputusan yang dibuat untuk mengalokasikan sumber daya yang ada untuk menghasilkan sesuatu.

Dalam Kitab dapat dijelaskan tentang ekonomi. Dalam hal ini, penulis mengutip beberapa contoh ayat dalam Kita Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru yang menjelaskan tentang ekonomi yakni: (a) Kejadian 1:26;28-30;2:15 menjelaskan bahwa Tuhan menciptakan manusia pada hari yang terakhir dan semua kebutuhan manusia telah tersedia di bumi, manusia diberi mandat

untuk berkuasa mengelola seluruh isi bumi namun disertai dengan tanggungjawab untuk mengusahakan dan memeliharanya. Dalam hal ini, manusia berkuasa, tapi bukan penguasa karena pemilik mutlaknya adalah Allah, manusia hanya wakil Allah di bumi untuk mempertanggungjawabkannya kepada Allah. (b) Ulangan 15-16 menjelaskan Allah memberikan aturan-aturan ekonomi yang berlaku antarsesama manusia di mata Tuhan. Dalam Perjanjian Baru, Paulus menasihatkan jemaat bahwa hendaklah bekerja. Ia juga memperingatkan bahwa, “Jika seorang tidak mau bekerja, janganlah ia makan” (II Tesalonika 3:10b). Dalam hal ini, bekerja merupakan anugerah dan panggilan bagi orang Kristen. Itulah sebabnya seorang Kristen harus bekerja bahkan bekerja dengan giat dan keras.

#### **Peran PAK di Gereja terhadap Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Era Digital**

Pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting di gereja. Dalam hal ini, selama ini gereja menganggap pendidikan agama Kristen itu hanya berperan penting di sekolah saja dan di gereja itu tidak, sehingga gereja hanya fokus kepada ranah teologi yang mengajarkan Firman Tuhan terkait dengan doktrin gereja pada jemaat. Pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting di gereja untuk mengajar, membina, dan mendampingi jemaat. Pendidikan Agama Kristen adalah pendidikan yang memasuki persekutuan iman yang hidup dengan Tuhan sendiri dan terhisap pula pada persekutuan jemaat-Nya yang mengakui dan memperlakukan nama-Nya disetiap waktu dan tempat (Boiliu, 2020). Pendidikan agama Kristen adalah pendidikan yang memasuki persekutuan iman yang hidup dengan Tuhan sendiri dan terhisap pula pada persekutuan jemaat-Nya yang mengakui dan memperlakukan Nama-Nya di segala waktu dan tempat (Homrighausen, 2012). Dalam hal ini, tujuan pendidikan agama Kristen di gereja yakni (a) menjadikan jemaat percaya dan mengenal Alkitab (b) proses penemuan kebenaran firman Tuhan

yang pada gilirannya jemaat mengalami pembaharuan tingkah laku dan menghidupi kebenaran. (c) Umat Tuhan menjadi pribadi yang bijaksana dengan menghidupi iman di dalam Kristus. (d) dengan pendidikan kepada jemaat diharapkan warga gereja diperlengkapi dan mengalami perubahan perbuatan menuju kesempurnaan hidup. Tujuan utama PAK di gereja adalah untuk membimbing warga gereja agar percaya dan mengenal Alkitab, pembaharuan tingkah laku, menjadi pribadi yang bijaksana dalam Kristus yang menuju kesempurnaan hidup dan memperlengkapi mereka demi pelayanan yang efektif (Fredik Melkias Boiliu, 2020).

Dalam hal ini, selama ini gereja yang hanya fokus pada pengajaran doktrin, kunjungan kalau ada yang sakit dan mendoakan sebagai rutinitas gereja yang hanya mengutamakan kerohanian saja kini saatnya gereja hadir dan menerapkan pendidikan agama Kristen di gereja untuk mengajar, mendidik, melatih, dan mendampingi jemaat untuk melakukan banyak hal terkait dengan kesejahteraan dalam kehidupan sehari-hari. Artinya bahwa selain mengajarkan jemaat secara rohani terkait dengan pertumbuhan iman maka perlu juga mengajarkan jemaat terkait dengan kehidupan jasmani, sehingga jemaat memiliki hidup sejahtera secara rohani dan jasmani. Kehidupan rohani dan jasmani jemaat merupakan tugas dan tanggung jawab gereja.

Peran pendidikan agama Kristen di gereja yang maksudkan dalam penulisan ini adalah supaya gereja jangan mengabaikan masalah ekonomi karena gereja juga berperan dalam mengatur kehidupan manusia terkait dengan masalah ekonomi, sehingga gereja juga bisa membantu pemerintah dalam meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi di gereja. Dalam hal ini, gereja jangan mengabaikan masalah ekonomi karena sejak abad pertengahan gereja terlibat aktif dalam masalah ekonomi dan sosial, bukan hanya dalam aspek dan aras teologis saja, tetapi juga melakukan secara langsung kegiatan ekonomi. Gereja pada

masa reformasi juga melanjutkan langkah-langkah tersebut, sehingga ini merupakan perwujudan konsep panggilan ilahi untuk menjadi setia di setiap tempat dan waktu, karena melalui kegiatan ekonomi yang dilakukan gereja, jemaat Tuhan dan manusia pada umumnya dapat memuliakan nama Tuhan (Yahya, 2010). Oleh sebab itu, gereja perlu memberdayakan ekonomi di era digital ini untuk membantu dan menolong jemaat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pendidikan agama Kristen memiliki peran penting di gereja (Fredik Melkias Boiliu, Noh Ibrahim Boiliu, 2019) terkait dengan pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital, melalui peran PAK di gereja untuk mengajar, membina dan mendampingi jemaat mengenai ekonomi kreatif di era digital. Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang didasarkan pada kemampuan dan keterampilan jemaat. Jemaat sedang berada dalam sebuah era yang mengalami perubahan ekonomi, ditandai oleh pergeseran pembangunan ekonomi dari sektor pertanian, industri, dan informasi ke sektor ekonomi kreatif. Perkembangan sektor ekonomi kreatif suatu bangsa akan bersaing dan berdampak pada kehidupan sosial jika dikelola dengan baik.

Peran pendidikan agama Kristen di gereja terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital. Dalam hal ini, saat ini gereja diperhadapkan dengan perkembangan zaman yang serba digital, sehingga menjadi tantangan dan peluang bagi gereja. Sebagai tantangan ketika gereja tidak meresponi maka gereja akan ketinggalan namun sebagai peluang bagi gereja ialah akan mempermudah untuk menyampaikan injil secara *online*. Selain itu, bisa mengajarkan jemaat untuk berbisnis secara *online* karena bisnis secara *online* tidak membutuhkan biaya yang begitu cepat namun membutuhkan inovasi dan kreatifitas. Oleh sebab itu, pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting untuk pemberdayaan ekonomi kreatif di gereja melalui mengajar, mendidik, melatih, dan memtoring jemaat, sehingga jemaat memiliki kemampuan dan ketrampilan dan menerapkan ekonomi kreatif dalam

kehidupan sehari-hari.

Kehadiran era revolusi industri 4.0 tidak hanya menjadi peluang dan tantangan bagi masyarakat secara umum, tetapi bagi jemaat di gereja. Oleh sebab itu, gereja harus menyadari dan memikirkan kehidupan jemaat melalui peran pendidikan agama Kristen. Dalam hal ini, hadirnya pendidikan agama Kristen di gereja untuk memberikan pemahaman bahwa gereja tidak hanya fokus mengajarkan firman Tuhan, mendoakan, dan mengunjungi jemaat saja, tetapi gereja juga harus memikirkan dampak perkembangan zaman bagi kehidupan jemaat yang terkait dengan masalah pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Arjana, 2016). Mauled Moelyono, ekonomi kreatif hadir karena tuntutan untuk mengembangkan ekonomi berbasis pengetahuan, atau ekonomi kreatif semakin menguat seiring dengan semakin kompleksnya perubahan lingkungan bisnis (Moelyono, 2010). Dengan demikian, peran pendidikan agama Kristen di gereja untuk mengajar, membina dan mendampingi jemaat dalam ekonomi kreatif di era digital.

### **Peran PAK di Gereja untuk mengajarkan jemaat**

Pemberdayaan ekonomi kreatif di gereja sangat penting karena akan dapat menolong jemaat yang berpenghasilan menengah ke bawah dan juga menolong para ibu rumah tangga yang hanya di rumah saja dan tidak bekerja sehingga para ibu-ibu juga bisa berjualan secara *online* di rumah untuk dapat menambahkan penghasilan. Berdasarkan pengalaman ini kiranya gereja bisa sadar dan mulai mengajarkan jemaat juga untuk berbisnis secara kreatif di era digital. Selain itu, juga mengajarkan jemaat untuk tidak memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan hoaks atau menghabiskan waktu dengan menggunakan teknologi untuk hal-hal yang tidak penting maka gereja mengajarkan jemaat untuk selain menggunakan teknologi untuk membaca Firman Tuhan,

mendengarkan khotbah-khotbah, membaca artikel-artikel rohani, jemaat juga menggunakan teknologi untuk berbisnis. Oleh sebab itu, peran pendidikan agama Kristen di gereja untuk memberikan edukasi kepada jemaat terkait dengan pemberdayaan ekonomi Kreatif di era digital.

Peran PAK dalam mengajarkan jemaat terkait dengan pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital ialah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Oleh karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM Negara (Tambunan, 2011). Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka, sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok (Resalawati, 2011). Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan, karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut, akan tetapi, perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda (Anoraga, 2010).

Dalam hal ini, melihat perkembangan UMKM yang terus berkebang di lingkungan masyarakat saat ini, maka gereja perlu untuk menerapkannya pada jemaat. Dalam menerapkan UMKM sebagai pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di gereja, peran PAK untuk memberikan pengajaran tentang UMKM sebagai pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital. Untuk mengajarkannya perlu pakar di bidang ekonomi dan pakar di bidang IT, sehingga mengajarkan tentang pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital. Oleh sebab itu, gereja bisa memberdayakan jemaat yang pakar di bidang ekonomi dan IT atau kalau gereja tidak memiliki jemaat yang pakar di kedua bidang tersebut bisa mendatangkan dari lingkungan luar gereja untuk memberikan edukasi tentang ekonomi kreatif di era digital. Dengan demikian, kreatifitas yang diharapkan dari pengajaran ekonomi kreatif ini dalam jemaat bisa membuat jenis-jenis makan baik makan berat maupun makan ringan lalu dijual secara *online* melalui media sosial. Kreatifitas yang di perlukan adalah pembuatan jenis makan dan pemasaran di media *online*. Dalam hal ini, ketika UMKM terlibat dalam ekonomi digital melalui *broadband*, *e-commerce*, media sosial, mobile platforms, UMKM dapat bertumbuh lebih cepat dari segi pendapatan dan penyediaan lapangan kerja serta menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif.

### **Peran PAK di Gereja untuk melatih jemaat**

Peran pendidikan agama Kristen di gereja untuk mengajarkan pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital merupakan hal yang penting dan sangat diperlukan oleh jemaat. Oleh karena itu, jemaat adalah kaum awam yang belum mengerti banyak tentang ekonomi kreatif di era digital sehingga tidak sebatas hanya mengajarkan saja namun perlu pembimbingan yang dilakukan terus menerus untuk jemaat dapat memahami betul pemberdayaan ekonomi kreatif. Pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting di gereja untuk melatih jemaat

dalam pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital (Boiliu, 2020). Dalam hal ini, gereja tidak cukup hanya mengajarkan, tetapi juga harus melatih jemaat dalam melaksanakan ekonomi kreatif di era digital. Dalam arti bahwa untuk dapat mencapai kreativitas dalam berbisnis selain upaya-upaya pemasaran produk, kreativitas dalam berbisnis juga membutuhkan praktek-praktek inovatif yang strategis. Peran PAK di gereja untuk melatih jemaat dalam memberdayakan ekonomi kreatif pada kehidupan sehari-hari untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Peran PAK di gereja untuk melatih jemaat dalam mengembangkan UMKM ditenga tren digitalisasi untuk menerapkannya dan mendidik jemaat di gereja untuk menjadi pelaku UMKM. UMKM dalam hal ini memiliki peranan besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian jemaat karena dengan banyaknya jumlah penduduk yang akan dijual, UMKM berperan untuk menambah lapangan pekerjaan.

Dalam hal ini, mengingat pentingnya pelatihan jemaat di gereja, agar para jemaat mempunyai pengetahuan baik yang formal maupun yang tidak formal, yang didapat dari pelatihan yang diadakan oleh gereja, hal ini dapat dilihat dari tujuan pelatihan, pelatihan tentang ekonomi kreatif di era digital sebagai alat ukur intelegensi para jemaat, karena dengan adanya pelatihan maka akan tercipta efektifitas dan efisien pada jemaat (Rofi Rofaida, Suryana, Asti Nur Aryanti, 2019). Pelatihan pemberdayaan ekonomi kreatif merupakan bagian dari yang sudah dipengajaran yang sudah diajarkan oleh pihak gereja kepada jemaat. Oleh sebab itu, pelatihan harus dilakukan secara spesifik dan praksis, sehingga jemaat mudah memahami dan cepat menerapkan (Harto, 2017). Dengan demikian, maka pelatihan harus dilakukan terus menerus sampai pada jemaat betul-betul paham maka akan memudahkan jemaat dalam menerapkannya.

### **Peran PAK di Gereja untuk mendampingi jemaat**

url: <http://journal.unla.ac.id/index.php/tribhakti>

Peran pendidikan agama Kristen di gereja terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif jemaat di era digital melalui pengajaran, pelatihan dan perlu juga pendampingan. Dalam hal ini, ketika gereja mau menerapkan pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital pada jemaat, maka harus sampai pada tahap pendampingan dalam pelaksanaan, sehingga mencapai tujuan yang diharapkan oleh gereja. Ketika sampai pada tahap pelaksanaan maka perlu gereja memfasilitasi jemaat dari dana atau bahan mentah yang akan diolah dan dikembangkan oleh jemaat. Pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting di gereja (Boiliu, 2019) untuk mendampingi jemaat dalam mengembangkan ekonomi kreatif di era digital. Dalam hal ini sebagaimana Gereja Masehi Minahasa (GMIM) terapkan dengan membentuk Balai Kerja dan Latihan Keterampilan memiliki 3 program utama yakni (1) membuka pendidikan bagi pemuda lulusan SMP sederajat, serta bagi pemuda-pemuda putus sekolah dalam hal program kerja kayu untuk produksi meubel, bangunan, souvenir. (2) Program pengolahan dan pemanfaatan kayu kelapa menjadi meubel, bangunan siap huni dengan konstruksi *knock down*, dan *souvenir* mulai pada tahun 1990; (3) Program pengolahan dan pemanfaatan kayu aren menjadi meubel, bahan bangunan, dan *souvenir*, mulai tahun 2008 (Sumbung, 2012). Mendampingi jemaat dalam arti memberikan modal untuk membuka lapangan pekerjaan dan mengontrolnya sampai benar-benar berjalan dengan baik. Dalam hal ini, gereja menyediakan sarana berupa bangunan fisik, para jemaat lantas melakukan aktivitas latihan wirausaha untuk mendukung program-program di jemaat, sebelum mereka terjun ke dunia kerja, mereka telah mengenal bagaimana kulakan, bagaimana bertemu dengan pelanggan, bagaimana berpromosi, bagaimana menyajikan sesuatu dengan baik, bagaimana menentukan harga barang, bagaimana membaca selera pasar lokal, bagaimana menghadapi stress dalam pekerjaan, bagaimana menghadapi keuntungan dan kerugian, dan terutama bagaimana tetap menjaga nilai Kristen

dalam wirausaha yang mereka lakukan (Tari, 2019). Peran pendidikan agama Kristen di gereja terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital merupakan hal penting yang harus diterapkan untuk menolong jemaat yang memiliki berpenghasilan kecil. Dengan demikian, maka perlu pendampingan yang tiada henti dari pihak gereja, sehingga pelaksanaan ekonomi kreatif oleh jemaat di era digital bisa berjalan lancar dan mencapai tujuan yang di harapkan oleh gereja.

### KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tentang peran pendidikan agama Kristen di gereja terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif jemaat di era digital maka dapat disimpulkan bahwa pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting untuk pemberdayaan ekonomi kreatif pada jemaat di era digital. Pemberdayaan ekonomi kreatif sebagai suatu usaha mempergunakan sumber-sumber daya secara rasional untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sesungguhnya melekat pada watak manusia tanpa disadari, kehidupan manusia sehari-hari didominasi kegiatan ekonomi. Dalam hal ini, ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan keluasaan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu, ide, gagasan, bakat, dan kreativitas.

Dalam hal ini, untuk melakukan pemberdayaan ekonomi gereja, gereja perlu terlibat dalam praktek bisnis. Bisnis adalah kegiatan ekonomi yakni tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja mempekerjakan, dan interaksi sesama. Terkait dengan menerapkan bisnis di gereja, kebanyakan orang memandang bisnis sebagai sesuatu yang berhubungan dengan duniawi dan kotor serta lekat dengan tipu

daya dan moral jahat. Namun pada hakekatnya bisnis itu tidak kotor, tergantung bagaimana orang memandang bisnis itu. Dalam hal ini, bisnis menjadi kotor bila orang berperilaku tamak dan tidak bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan bisnisnya, dan sebaiknya bisnis menjadi baik bila orang berperilaku secara bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Setiap warga gereja terpenggil untuk terlibat di dalam usaha yang dilakukan gereja di bidang ekonomi, baik ekonomi masyarakat ataupun ekonomi gereja. Salah satu hal yang dilakukan oleh setiap warga gereja di bidang ekonomi gereja adalah berpartisipasi di dalam memberi persembahan kepada gereja sebagai rasa syukur atas karunia dan berkat Tuhan yang mereka terima. Hal lain yang dapat dilakukan oleh warga gereja di bidang ekonomi gereja adalah mengelola persembahan yang ada dan mengelola harta benda yang dimiliki gereja secara khusus jemaat *Ora et Labora*. Keterlibatan gereja di bidang ekonomi adalah suatu bentuk keterlibatan gereja di bidang bisnis. Bisnis bukan suatu bidang ekonomi yang berdiri sendiri atau terisolasi dari unsur-unsur lain yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, bisnis berhubungan dengan unsur-unsur lain tersebut, termasuk gereja.

Oleh sebab itu, pendidikan agama Kristen memiliki peran yang sangat penting di gereja untuk mengajar, membina, dan mendampingi jemaat untuk memberdayakan ekonomi kreatif dalam kehidupan sehari-hari. Pemberdayaan ekonomi kreatif di gereja sangat penting dengan mengajarkan jemaat untuk berbisnis secara kreatif di era digital sehingga dapat menolong jemaat yang berpenghasilan menengah ke bawah dan juga menolong para ibu rumah tangga yang hanya di rumah saja dan tidak bekerja sehingga para ibu-ibu juga bisa berjualan secara online di rumah untuk dapat menambahkan penghasilan. Selain memberikan pengajaran, gereja juga harus melatih jemaat dalam pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital. Dalam arti bahwa untuk dapat mencapai kreativitas dalam berbisnis selain upaya-upaya

pemasaran produk, kreativitas dalam berbisnis juga membutuhkan praktek-praktek inovatif yang strategis. Peran PAK di gereja untuk melatih jemaat dalam memberdayakan ekonomi kreatif pada kehidupan sehari-hari untuk dapat menolong mereka sehingga tidak sebatas memahami tetapi bisa dapat mempraktekan. Peran pendidikan agama Kristen di gereja terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif jemaat di era digital melalui pengajaran, pelatihan dan perlu juga pendampingan. Dalam hal ini, ketika gereja mau menerapkan pemberdayaan ekonomi kreatif di era digital pada jemaat, maka harus sampai pada tahap pendampingan dalam pelaksanaan, sehingga mencapai tujuan yang diharapkan oleh gereja. Ketika sampai pada tahap pelaksanaan maka perlu gereja memfasilitasi jemaat dari dana atau bahan mentah yang akan diolah dan dikembangkan oleh jemaat

#### REFERENSI

- Abineno, J. L. C. (2012). *Garis-garis Hukum Gereja*. Jakarta: BPK-Gunung Mulia.
- Anoraga, P. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana.
- Anwas, O. M. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Arjana, G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Raja Wali Pers.
- Boiliu, F. M. (2020). Pendidikan Agama Kristen Yang Antipatif Dan Hoaks Di Era Digital: Tinjauan Literatur Review. *Gema Wiralodra*, 11 (1), 166.
- Djoys Anneke Rantung & Fredik Melkias Boiliu. (2020). Teknologi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Kristen Yang Antisipatif Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Shanana*, 4(1), 93–107.

- F.Nanuru, R. (2014). Pandangan Gereja Masehi Injili di Halmahera (GMIH) Wilayah Pelayanan Tobelo Terhadap Dunia Bisnis. *Jurnal UNI ERA*, 3(1), 51–59.
- Fredik Melkias Boiliu, Noh Ibrahim Boiliu, E. R. I. (2019). Pendidikan Agama Kristen Antisipatif Radikalisme Dalam Beragama Di Indonesia,. *Jurnal Regula fidei*, Vol 4(No 2), 124-136.
- Fredik Melkias Boiliu, M. P. (2020). Peran Pendidikan Agama Kristen dalam Keluarga di Era Digital terhadap Pembentukan Spiritualitas dan Moralitas Anak. *Imanuel*, 1(2), 76–91.
- GP, H. (2012). *Pendidikan Agama Kristen dalam Alkitab dan Dunia Pendidikan Masa Kini*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Hadi, S. (2011). *Metode Penelitian*, 2nd ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harto, D. B. (2017). Membangun Industri Kreatif Dari Hasil Pelatihan Media Pembelajaran Para Guru: Sebuah Alternatif Tawaran. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 766–777.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86.
- Homrighausen. (2012). *Pendidikan Agama Kristen*. Jakarta: BPK-Gunung Mulia.
- Hutagalung, S. (2016). Tugas Panggilan Gereja Koinonia: Kepedulian Allah Dan Tanggung Jawab Gereja Terhadap Kemiskinan. *Jurnal Koinonia*, 8(2), 93–102.
- Kamarullah, E. D. (2020). Peran Serta Jemaat Dalam Pelayanan Holistik Gereja Menuju Transformasi Masyarakat. *Jurnal Teologi STT Jafrray Makssar*, 18(1), 80.
- Latupeirissa, J. (2019). Etika Bisnis Ditinjau Dari Perspektif Alkitab PASCA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen. *PASCA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 15(1), 8.
- Luqman, N. R. (2020). Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia.
- Manullang, S. (2018). Konsep Misi-Diakonia Untuk konteks Indonesia. *Stulos*, 6(1), 28–46.
- Moelyono, M. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, F. J. (2019). Gereja Dan Kemiskinan: Diskursus Peran Gereja Di Tengah Kemiskinan. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 3(1), 100–112.
- Palabiran, B. (2020). Pandangan Alkitab Tentang Praktik Bisnis Di Kalangan Hamba Tuhan Penuh Waktu. *Jurnal Jaffray*, 18(1), 35–47.
- Pangestu, M. E. (2011). *Studi Industri Kreatif Indonesia*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Resalawati, A. (2011). *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rofi Rofaida, Suryana, Asti Nur Aryanti, Y. P. (2019). Strategi Inovasi Pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414.

- Saragih, E. S. (2019). Fungsi Gereja Sebagai Entrepreneurship Sosial dalam Masyarakat Majemuk. *Kurios Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 5(1), 12–23.
- Sari, H. F. (2017). *Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.
- Sayekti, N. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia, Info Singkat. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 10(1), 19–21.
- Sembiring, J. F. (2020). Gereja Dan Diakonia. *Jurnal Teologi Pondok Daud*, 6(1), 35–42.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesiabusiness Revolution Based On Platform Asa Digital Economic Activator In Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 9(1), 63.
- Simanjuntak, J. M. (2018). Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja. *Jurnal Jaffray*, 16(1), 1–24.
- Simon, J. (2012). *Kewirausahaan Jemaat: sebuah Alternatif Berteologi*.
- Sukardi, A. U. W. dan. (2010). *Manajemen Gereja: Dasar Teologis dan Implementasi Praktisnya*. Bandung: BMI.
- Sumar'in, Andiono, Y. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6 (1), 1–17.
- Sumbang, G. (2012). Peran Gereja Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Tomohon Sulawesi Utara. *Wacana*, 15(4), 8–14.
- Susanta, Y. K. (2018). *Mengenal Dunia Perjanjian Lama: Suatu Pengantar*. Surakarta: Kekata Publisher.
- Tambunan, T. (2011). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tari, P. P. E. (2019). Peran Gereja Dalam Pengembangan Program Kewirausahaan Di Era Digitano Title. *Visio Dei: Jurnal Teologi Kriste*, 1(1), 38–58.
- Thiessen, H. C. (2010). *Teologi Sistematis, revisi: Vernon D. Doerksen*. Malang: Gandum Mas.
- Toriq, H. S. and I. (2018). Peran Media Digital dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Prosiding Simanar Nasional*, 676.
- W, H. S. (2011). Apa Itu Ekonomi Dan Mengapa Kita Membutuhkannya? *Binus Business Review*. *Binus Business Review*, 2(2), 798–811.
- Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan Gdp Negara Asean. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66–80.
- Yahya, W. (2010). *Kesalehan Pasar*. Jakarta: Grafika Kreasindo.
- Zega, S. (2019). Pentingnya Memahami Entrepreneurship Secara Biblikal bagi Hamba Tuhan. *Kharismata: Jurnal Teologi Pantekosta*, 1(2), 118–132.