

Pelatihan Penerapan Bisnis *Online* dan Peluangnya untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Warga Jemaat Gereja Kristen Pasundan Klasis Jakarta Masa Pandemi Covid-19

Nenny Anggraini¹, Carolina F. Sembiring², Juaniva Sidharta³, Desideria Regina⁴

^{1,2,3,4}Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

E-mail: nenny.angraeni@uki.ac.id, carolina.sembiring@uki.ac.id, juaniva.sidharta@uki.ac.id, desideria@uki.ac.id.

Abstrak

Dengan ditetapkannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah Indonesia akibat melonjaknya kasus penularan Covid-19 khususnya di bulan Juli 2021 yang lalu, mengakibatkan hampir semua kegiatan diluar rumah dihentikan sementara sehingga semua kegiatan vital dialihkan serta diupayakan secara virtual, termasuk sebagian besar kegiatan bisnis di masyarakat dan hal ini tentu saja berdampak positif bagi pelaku bisnis online di Indonesia dan kota Jakarta khususnya. Melihat besarnya peluang bisnis online di tengah pandemi Covid-19 saat ini, dipandang penting untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai bisnis online dan peluangnya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi warga jemaat Gereja Kristen Pasundan (GKP) Klasis Jakarta dalam bisnis online dan peluangnya dimasa pandemi COVID-19. Metode pelaksanaan berbentuk sosialisasi tentang bisnis online dan peluangnya dan pelatihan bagaimana membuka bisnis dari rumah dengan memanfaatkan media online. Hasil dan implikasi dari kegiatan PkM dirasa sangat bermanfaat bagi mitra, dimana warga jemaat GKP Klasis Jakarta mengenal makna bisnis online dan peluangnya, mengetahui pemasaran secara online dan dapat membuka toko online. Secara keseluruhan kegiatan peningkatan kompetensi bisnis online dan peluangnya dapat dikatakan sangat bermanfaat dan telah berhasil yang dilihat dari target jumlah peserta, ketercapaian tujuan sosialisasi dan pelatihan serta ketercapaian target materi yang telah direncanakan

Kata Kunci: bisnis online, peluang bisnis online, warga jemaat GKP Klasis Jakarta

Abstract

Almost all activities were temporarily suspended due to Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) by the Indonesian government. Cases of Covid-19 transmission were increased especially in July 2021. All vital activities were diverted and pursued virtually, including business activities and this of course has a positive impact on online business people in Indonesia, especially Jakarta. Seeing the huge opportunity for online business in the midst of the current Covid-19 pandemic, it is important to provide outreach and training in the form of community service activities regarding online business and its opportunities. This Community Service activity aims to increase the competence of the Gereja Kristen Pasundan (GKP) Klasis Jakarta in online business and its opportunities during the COVID-19 pandemic. The implementation method is in the form of outreach about online business and its opportunities and training on how to open a business from home by utilizing online media. The results and implications of PkM activities are felt to be very useful for partners, where members of the GKP Klasis Jakarta congregation know the meaning of online business and its opportunities, know online marketing and can open an online shop. Overall, online business competence improvement activities and opportunities can be said to be very useful and have been successful, as seen from the target number of participants, the achievement of socialization and training objectives and the achievement of planned material targets.

Keywords: online business, online business opportunities, members of the GKP Klasis Jakarta

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat cepat menimbulkan perubahan budaya masyarakat yang berdampak pada perilaku dan kegiatan keseharian mereka. Media elektronik

sudah menjadi kebutuhan utama dalam menjalankan semua kegiatan, termasuk kegiatan perekonomian. Bisnis merupakan salah satu roda penggerak perekonomian suatu negara yang pada era saat ini mau tidak mau harus bergantung dan beradaptasi pada teknologi komunikasi dan informasi.

Bisnis adalah sebuah organisasi yang menyediakan barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan (Griffin dan Ebert, 2015). Selanjutnya menurut, Madura (2019), bisnis adalah perusahaan yang menyediakan produk atau jasa (layanan) yang diinginkan oleh para pelanggan. Alma (2012) menyatakan bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang menyediakan barang dan jasa bagi konsumen untuk memperoleh keuntungan.

Kegiatan bisnis konvensional yang sebelumnya menjadi penggerak perkembangan perekonomian suatu negara, sekarang harus segera bertransformasi ke model bisnis yang berbasis teknologi atau yang biasa disebut sebagai *Bisnis Online*. Menurut KBBI *Bisnis Online* adalah usaha komersial dalam perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan internet sebagai medianya. Usaha komersial ini bisa berupa barang atau jasa. Jika dilihat dari pengertian tersebut, maka fokus dari bisnis *online* sama dengan bisnis *offline*, sama-sama melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan uang sebagai alat tukar dan hanya berbeda pada medianya saja. Namun demikian bisnis *online* memiliki kelebihan dibandingkan dengan bisnis *offline*, terlebih dimasa pandemi Covid-19 saat ini. Dengan ditetapkannya PPKM oleh pemerintah Indonesia, hampir semua kegiatan di luar rumah dihentikan sementara. Semua kegiatan vital dialihkan serta diupayakan dilaksanakan secara *virtual*, termasuk kegiatan bisnis.

Menurut Harisno dan Pujadi (2009) *e-bisnis* adalah kegiatan berbisnis di internet, yang tidak saja pembelian, penjualan dan jasa, tetapi juga pelayanan pelanggan dan kerjasama dengan rekan bisnis. Sedangkan menurut Kurniawan, (2013) bisnis *online* merupakan sebuah cara yang bisa dilakukan untuk menjalankan sebuah transaksi dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai alat. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan, bisnis *online* merupakan segala jenis kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online* (melalui internet). Setiap pelaku usaha yang sebagian aktivitasnya atau pun semua aktivitas bisnisnya dilakukan melalui internet, dapat dikatakan mereka menjalankan bisnis *online*. Aktivitas bisnis *online* meliputi kegiatan jual beli *online*, maupun menyediakan jasa secara *online*, dan banyak jenis bisnis lainnya yang dapat kita temukan secara *online* di berbagai bidang industri. Intinya, jika memiliki suatu ide bisnis maupun produk yang unik, dapat langsung memulai menjualnya lewat internet. Artinya, semua orang bisa saja memulai bisnis *online*. Melakukan transaksi jual beli secara tradisional, namun kantor atau toko Anda berupa toko *online*.

Pada masa pandemi Covid-19 saat ini, menjalankan bisnis secara online sangat tepat, karena walaupun ada pembatasan kontak fisik secara langsung, transaksi bisnis tetap masih dapat berjalan. Pemanfaatan teknologi menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya, karena masyarakat konsumen juga menggunakan teknologi tersebut untuk melakukan belanja secara *online*. Kemudahan akses internet membuat keterbatasan informasi sudah tidak ada lagi, kegiatan dunia nyata perlahan berkurang dan beralih ke dunia maya. Dampak dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini memunculkan inovasi dalam beberapa kegiatan keseharian masyarakat, seperti *e-business*, *e-commerce*, *e-learning*, *e-book*, *e-money*, *e-banking* dan sebagainya (Aco dan Endang dalam Rakib dkk, 2020). Selain itu juga ditunjang dengan perkembangan sosial media dalam dunia bisnis yang menghubungkan banyak orang

dengan mudah dan tidak memerlukan biaya. Menurut Delerue, Kaplan dan Haenlein (2010), sosial media adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari *web 2.0*, dan memungkinkan terciptanya sistem pertukaran informasi diantara pengguna internet. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan dalam bisnis *online* adalah *Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, Line, Twitter, Telegram* serta *website StartUp business e-commerce* seperti *Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Gojek, Grab* dsb.

Ketika melakukan bisnis *online*, banyak peluang yang dapat diterapkan. Bentuk peluang bisnis *online* di antaranya sebagai berikut (Nurchahyo, 2019):

1. Toko *online*

Seperti apa yang kita ketahui bersama. Di jaman yang teknologinya semakin lama semakin maju dengan pesat, banyak sekali ragam jenis model gadget model terbaru yang ada di Indonesia. Hal inilah yang menjadi pemicu akan berubahnya gaya hidup di sebagian masyarakat di negara kita. Apabila dulu masyarakat membelanjakan uangnya di dunia nyata, saat ini masyarakat sudah lebih modern dengan melakukan belanja yang praktis dengan memanfaatkan media toko online internet baik kala jangkauan lokal atau pun sampai jangkauan skala internasional.

2. Pemasaran melalui Sosial Media

Selain dijadikan sebagai media pertemanan, banyak sekali sosial media yang dapat dijadikan sebuah alat untuk memasarkan bisnis dalam hal menjaring para calon konsumen. Banyak sekali jasa sosial media yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis *online*. Beberapa di antaranya jasa pengelolaan *Facebook fan page*, jasa media *Twitter marketing*, jasa pembuatan video promosi di *Youtube*, serta jasa *publishing* iklan yang saat ini banyak digunakan pelaku usaha bisnis *online* untuk pemasaran produk yang mereka tawarkan.

3. Media Direktori *Online*

Melihat makin menjamurnya pertumbuhan toko *online* di Indonesia saat ini, peran *market place* sudah pasti banyak dibutuhkan untuk memajukan perkembangan bisnis toko *online* tersebut. Salah satunya seperti jasa direktori *online* yang saat ini banyak digunakan para pelaku bisnis toko *online* dalam hal mempromosikan produknya di toko *online* yang dimiliki.

4. *Bloging*

Bloging atau nge-blog merupakan aktivitas menulis sebuah artikel baik itu informasi, cerita, ilmu pengetahuan kepada orang banyak di seluruh dunia. Seorang yang memiliki blog dan aktif dalam urusan *bloging* di sebut dengan *blogger*. Sebuah blog dengan trafik yang tinggi akan menarik minat *advertiser* untuk beriklan pada *blog* tersebut. Selain itu, juga bisa mengikuti program bisnis seperti *PPC, affiliate*, dan lain sebagainya.

5. *Dropshipping*

Apabila toko *online* ialah toko yang menjual produk kepada konsumennya secara *online* maka, *dropshipping* ialah *website/blog* yang menjadi perantara antara toko *online* dengan konsumen. Menjadi *dropshipping* tentu saja lebih aman mengingat tanpa ada risiko. Selain itu, bisnis *online* ini bisa dijalankan dengan modal sedikit bahkan tanpa modal sekalipun.

6. Bisnis *E-book* dan Video Tutorial

Saat ini masyarakat pengguna internet makin familiar dengan kemajuan teknologi, bermacam informasi bukan hanya dapat didapatkan dari sebuah buku. Media elektronik seperti halnya sebuah *e-book* dan video tutorial sekarang banyak dicari para konsumen mengingat pemakaian produk *gadget* elektronik juga makin banyak dimiliki oleh kalangan masyarakat.

Guna mengoptimalkan bisnis, tidak ada salahnya apabila membuat dan memasarkan produk *e-book* dan video tutorial yang bertemakan topik-topik terhangat yang banyak dicari kalangan masyarakat. Seperti misalnya seputar pemasaran, bisnis, kesehatan, dan lain sebagainya.

7. Penulis *Website/Forum/Blog*

Apabila kurang mampu dalam membangun blog sendiri, maka alternatif yang dapat dilakukan adalah menjadi penulis dari sebuah situs internet seperti *website*, forum, bahkan blog. Caranya tentu saja harus mendaftar, apabila di terima menjadi penulis pada *website* besar, maka akan mendapatkan bayaran di setiap artikel yang dipublikasikan.

8. Jasa Penulisan Artikel

Apabila menjadi penulis *website* kita berkontribusi langsung dalam pembangunan website tersebut, maka jasa penulisan artikel adalah orang yang menjual artikel sesuai dengan permintaan pembeli. Biasanya harga setiap artikel berbeda tergantung dari bahasa artikel, kata kunci yang dikejar, panjang artikel dan lain sebagainya.

9. Jasa *Web Desain/Blog Template*

Bagi yang ahli dalam bidang internet *marketing* terutama bidang desain dengan kemampuan bahasa internet yang mumpuni, tidak ada salahnya jika membuka jasa *web* desain. Saat ini banyak sekali toko *online* yang terus bermunculan, pada umumnya setiap toko *online* ingin desain *websitenya* berbeda dengan toko *online* yang lain. Selain itu, juga dapat dibuat suatu desain *template* untuk *blog ber-platfrom blogspot* dan *wordpress*. Penjualan secara *online* dapat dilakukan, apabila *template* yang dibuat cukup bagus, maka akan sangat laris manis di pasaran.

10. Jasa SEO

Search Engine Optimization (SEO) merupakan sebuah teknik untuk mengoptimalkan sebuah *website* pada mesin pencari, posisi *website* pada mesin pencari mempengaruhi trafik dan pendapatan dari *website* itu sendiri.

11. PPD, PTC, PPC, PTR dan lain sebagainya

Saat ini bisnis *online* memang cukup banyak, salah satu contoh bisnis online yang mudah di jalankan dan cocok untuk pemula ialah bisnis seperti PPD. PPD singkatan dari *Pay Per Download*, di mana kita akan dibayar setiap download sebuah aplikasi.

12. *Product Review*

Banyaknya produk yang dijual oleh toko *online* membuat jasa penulisan *review* dibutuhkan. Dengan menuliskan *review* pada produk tersebut, kita dapat mendapatkan uang. *Review* yang diberikan harus meyakinkan dengan bahasa tulisan yang baku dan harus pintar dalam menuliskan kelebihan dari produk tersebut.

Pelaku bisnis online saat ini memang telah banyak bermunculan dan tidak hanya dari kalangan muda, tetapi juga ibu rumah tangga, bahkan para pensiunan sebagai dampak dari pandemi. Data dari Asosiasi *e-commerce* Indonesia sampai dengan Maret 2021 jumlah UMKM yang sudah tergabung dalam berbagai *market place* telah mencapai 4,8 juta, naik 1 juta dari akhir tahun 2020, yaitu sebanyak 3,8 juta. Namun jika dibandingkan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 sebanyak 202,6 juta jiwa (Kompas.com, 2021) masih terbuka luas peluang untuk masuk dalam bisnis *online* bagi masyarakat pengguna internet Indonesia. Di samping itu nilai transaksi bisnis *online* juga terus mengalami peningkatan, seperti ditunjukkan oleh Asosiasi *e-commerce* Indonesia, bahwa pada tahun 2020 nilai transaksi produk lokal mencapai Rp.5,6 triliun.

Tetapi peluang tersebut belum dilihat bahkan belum dimanfaatkan oleh masyarakat secara maksimal, termasuk warga jemaat Gereja Kristen Pasundan (GKP) Klasis Jakarta yang telah mempunyai program Pengembangan Ekonomi Warga Jemaat melalui Komisi Pengembangan

Ekonomi Jemaat. Melalui Komisi ini, gereja diharapkan hadir bagi jemaat yang sedang berjuang dalam pengembangan ekonomi di era pandemi. Komisi Pengembangan Ekonomi Jemaat GKP Klasis Jakarta mempunyai banyak program dalam rangka untuk mencapai tujuannya yaitu meningkatkan kesejahteraan warga jemaat, khususnya dalam masa pandemi ini dengan mengajak mereka untuk melakukan kegiatan usaha secara *online*. Sampai dengan saat ini, baru sedikit warga jemaat yang merepon program tersebut, pada hal sebagian besar jemaat terutama kaum millennialnya menjadi pengguna aktif *smartphone* dan sosial media yang dapat memanfaatkannya untuk berbisnis secara *online*. Oleh karena itu diperlukan adanya pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis *online* serta peluang bisnis *online*. Mencermati permasalahan tersebut di atas sosialisasi dan pelatihan bagi warga jemaat GKP Klasis Jakarta dalam memahami bisnis *online*, peluang bisnis *online* serta cara menjalankan bisnis *online* dirasa sangat penting.

Dari analisis situasi di atas, permasalahan yang dihadapi oleh GKP Klasis Jakarta adalah terbatasnya atau tidak adanya SDM yang bisa menjadi narasumber yang dapat memberikan penjelasan dengan baik tentang bisnis *online* tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut, GKP Klasis Jakarta menggandeng mitra untuk bekerjasama memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang bisnis online dengan mengundang para dosen Universitas Kristen Indonesia khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai narasumber untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang hal tersebut yang dianggap memiliki pengetahuan dan pemaahaman dalam bidang bisnis *online*.

Adapun tujuan dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah agar para peserta memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis *online* dan peluang bisnis *online* sehingga diharapkan mereka akan termotivasi untuk membuka bisnis online. Selain itu peserta dapat memanfaatkan sosial media serta fitur *e-commerce* dalam menjalankan bisnis *online* serta memiliki pemahaman tentang bagaimana membuka toko online di *market place*.

Manfaat yang diharapkan dari sosialisasi dan pelatihan ini adalah peserta mampu merancang bisnis *online* dalam aplikasi media sosial seperti *youtube*, *facebook* dsb dan dapat berbisnis melalui *market place*, seperti *tokopedia*, *shopee* dsb.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang sudah diidentifikasi di atas, maka metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa metode sosialisasi dan pelatihan.



Sosialisasi adalah memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat (menurut KBBI). Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, sosialisasi yang

diberikan oleh 4 (empat) orang narasumber berupa pengarahannya kepada para peserta agar mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis *online* peluang bisnis *online* dan pemasaran *online*, sehingga diharapkan mereka akan termotivasi untuk membuka bisnis *online*. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung di tengah PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang teknis pelaksanaannya di bagi menjadi dua yaitu secara *online* melalui aplikasi *zoom* dan *offline* yang berlangsung di GKP Ebenhaezer pada tanggal 25 September 2021(jadwal acara terlampir). Peserta kegiatan Pkm adalah warga jemaat GKP Klasis Jakarta yang berjumlah 36 orang.

Pelatihan merupakan proses belajar mengajar dengan menggunakan teknik dan metode tertentu secara konseptual dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan seseorang atau sekelompok orang (Siagian dalam Lubis, 2008). Adapun teknik yang digunakan dalam pelatihan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu pelatihan penggunaan internet, pemanfaatan sosial media serta fitur *e-commerce* dalam menjalankan bisnis *online* dan cara membuka toko online di market place. Pada sesi pelatihan ini, nara sumber dibantu oleh praktisi, pelaku bisnis *online* yang juga merupakan warga jemaat GKP Klasis Jakarta. Kegiatan pelatihan ini berlangsung dalam empat sesi yang dilaksanakan secara *online* dan *offline*, yaitu:

Hari/tanggal : Sabtu, 2 Oktober 2021
 Waktu : 15.00 – 17.00 Wib
 Bentuk : Online
 Materi Pembelajaran: Apa Itu Bisnis online

Hari / tanggal : Sabtu, 9 Oktober 2021
 Waktu : 15.00 – 17.00 Wib
 Bentuk : Online
 Materi Pembelajaran: Mengenal Bisnis Online di Marketplace

Hari / tanggal : Sabtu, 16 Oktober 2021
 Waktu : 13.00 – 15.00 Wib
 Bentuk : *Offline*
 Tempat : GKP Rehoboth
 Materi Pembelajaran: Memulai buka toko online di marketplace

Hari / tanggal : Sabtu, 23 Oktober 2021
 Waktu : 15.00 – 17.00 WIB
 Bentuk : Onsite
 Tempat : GKP Rehoboth
 Materi Pembelajaran: Bagaimana cara mendatangkan trafik/pengunjung ke toko online dan strategi penjualannya .

Adapun target dari kegiatan ini adalah:

- a. Memberikan sosialisasi tentang Bisnis online dan peluang bisnis online
- b. Memberikan sosialisasi bagaimana memanfaatkan sosial media serta fitur *e-commerce* dalam menjalankan bisnis *online*
- c. Memberikan sosialisasi dan pelatihan bagaimana membuka toko online di *market place*
- d. Memberi pelatihan memanfaatkan sosial media serta fitur *e-commerce* dalam menjalankan bisnis *online* serta memiliki pemahaman tentang bagaimana membuka toko online di *market place*

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah

- a. Laporan akhir kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat
- b. Artikel yang dimuat pada Journal Pengabdian kepada Masyarakat UKI
- c. Terpublikasi pada Buletin UKI dan media sosial GKP Klasis Jakarta (melalui instagram dan warta gereja)

Pelaksanaan kegiatan ini diadakan dengan mengikuti tahapan-tahapan yang sudah ditentukan yang didahului dengan analisis kebutuhan, penyusunan materi, rekrutmen peserta, penyusunan jadwal sosialisasi dan pelatihan, serta pengadaan tempat dan lokasi kegiatan. Selanjutnya juga dilakukan evaluasi atas kegiatan tersebut.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan ini warga jemaat GKP Klasis Jakarta yang berjumlah 36 orang (33 orang secara *offline* dan 3 orang *online*) dengan berbagai macam latar belakang dan pengalaman dalam berbisnis. Kegiatan diawali dengan presentasi penyampaian materi, dan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober dan 23 Oktober 2021 secara *offline* bertempat di GKP Reobot, Jatinegara, Jakarta.



Hasil kegiatan PkM secara garis besar dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Target jumlah peserta sosialisasi
Target peserta sosialisasi direncanakan sebelumnya 30 orang warga jemaat GKP Klasis Jakarta dan pada saat pelaksanaan hadir 36 orang. (33 orang secara *offline* dan 3 orang *online*). Peserta

merupakan perwakilan warga jemaat beberapa GKP yang ada dalam wilayah klasis Jakarta dan ada peserta yang dari luar klasis Jakarta, yaitu dari GKP Rangkasbitung.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dilihat dari jumlah peserta memang sudah melebihi target, dan seluruh peserta bertahan dan tidak meninggalkan ruang *meeting* sampai berakhirnya acara. Hal tersebut menunjukkan, bahwa target jumlah peserta tercapai melebihi target.

2. Ketercapaian tujuan sosialisasi

Ketercapaian tujuan sosialisasi bisnis online dan peluangnya secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi dapat disampaikan secara detail. Demikian pula pada saat sesi tanya jawab, tidak semua pertanyaan dapat terjawab. Namun dari antusiasme peserta pada saat penyampaian materi dan sesi tanya jawab dapat dikatakan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai dan para peserta termotivasi untuk membuka bisnis online, bahkan ada peserta yang sudah memiliki bisnis *online* dan berkeinginan untuk mengembangkan usahanya.

3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan

Ketercapaian target materi pada kegiatan PkM ini cukup baik, karena materi sosialisasi bisnis online dan peluangnya telah disampaikan secara keseluruhan. Materi yang telah disampaikan adalah:

- Memaknai bisnis secara Kristiani
- Bisnis *Online*
- Peluang bisnis *online*
- Pemasaran *online*
- Membuka toko *online*

Semua materi di atas sesuai dengan kebutuhan mitra dan peserta semua dapat memahami dengan baik dan dapat mengaplikasikannya secara langsung untuk membuka bisnis *online*. Berdasarkan hal di atas, dapat disimpulkan, bahwa target penyampaian materi yang direncanakan tercapai.

4. Ketercapaian pelatihan

Ketercapaian pelatihan pada kegiatan PkM ini cukup baik, karena peserta dibekali bagaimana cara membuka bisnis *online* dan melakukan pemasaran secara *online* melalui *market place*.

5. Implikasi sosialisasi dan pelatihan

Secara keseluruhan kegiatan sosialisasi dan pelatihan *Bisnis Online* dan peluangnya dapat dikatakan telah berhasil. Keberhasilan dapat dilihat dari ~~ke-4~~ hal di atas, yaitu target peserta tercapai, bahkan melebihi target, tujuan sosialisasi dan pelatihan tercapai dan target penyampaian materi terpenuhi. Disamping itu juga dapat dilihat dari antusiasme dan respon positif peserta setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan. Hasil wawancara dengan panitia dari Komisi Pengembangan Ekonomi Jemaat GKP Klasis Jakarta dan beberapa peserta menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan sangat memuaskan dan membantu mereka dalam memahami *Bisnis online* dan peluangnya. Peserta ada yang menyatakan, bahwa mereka termotivasi untuk membuka toko online dan yang sudah memiliki akan mengembangkan usaha mereka. Dan dengan koordinasi Komisi Pengembangan Ekonomi Jemaat Klasis Jakarta, akan dibentuk forum komunikasi secara *online* bagi semua pelaku bisnis warga jemaat GKP Klasis Jakarta, serta ada wadah media sosial, seperti *instagram*.

6. Penanda tangan MoU

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan Sosialisasi Bisnis Online dan Peluangnya, bersamaan

dengan kegiatan tersebut sudah dilakukan kesepakatan kerjasama antara GKP Klasis Jakarta dan FEBUKI. Penanda tangan kesepakatan dilakukan oleh Pendeta Daniel Adhi STh, selaku Ketua GKP Klasis Jakarta dan FEBUKI yang diwakili oleh Dekan FEBUKI, Juaniva Sidharta,SE,MSi.

KESIMPULAN

Terselenggaranya program PkM “Bisnis *online* dan peluangnya” merupakan salah satu upaya untuk memotivasi warga jemaat GKP Klasis Jakarta membuka bisnis *online* seperti yang diharapkan oleh Komisi Pengembangan Ekonomi Jemaat GKP Klasis Jakarta telah berhasil. Hal ini terbukti dengan sudah adanya warga jemaat yang telah mulai menjalankan bisnis secara *online*. Program tersebut terlaksana melalui rangkaian kegiatan, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan, untuk memberikan pemahaman dan pelatihan kepada warga jemaat GKP Klasis Jakarta tentang bisnis *online* dan peluangnya.

Saran yang dapat diberikan adalah perlu adanya keberlanjutan program yaitu berupa pendampingan dan konsultasi usaha untuk membantu mereka dalam membuka toko *online* dan mengembangkan bisnis *online*.

REFERENSI

- Akhir Lubis, Khairul (2008), Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Perkebunan Nusantara IV, Medan (Tesis Universitas Sumatera Utara) , Unsu Press, Medan
- Alma, Buchari (2012), *Pengantar Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- Griffin R.W, Ebert R.J. (2015) *Pengantar Bisnis*, Jakarta, Erlangga.
- Harsino dan Tri Pujadi, “E- Business dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan Bidang Multimedia”. Pusat Informasi Agribisnis Kementerian Pertanian dan Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara, Journal CommIT, Vol.3, No 2, Oktober 2009
- Kurniawan, Dedik & Java Creativity (2013), *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*, Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Madura, Jeff. (2019) *Pengantar bisnis*, Jakarta, Salemba Empat.
- Nurchahyo, Rudy, (2019) *Bisnis Online*, Tim Quantum Book.