

## **SEMINAR PENINGKATAN EKONOMI JEMAAT MELALUI BISNIS ONLINE DI PARSAHUTAON PGRI CISAUK, TANGERANG**

Tolop Oloan Marbun  
Sekolah Tinggi Teologi Pelita Dunia Tangerang  
Email koresponden: [tolopmarbun@gmail.com](mailto:tolopmarbun@gmail.com)

Diterima:

01-04-2023

Direview:

07-08 & 08-09-2023

Direvisi:

25-09-2023.

Diterbitkan:

30-09-2023

Keywords:

congregation,  
economy, online  
business, parsahutaon,  
seminar

Kata Kunci:

Bisnis online, ekonomi,  
jemaat, parsahutaon,  
seminar

p: ISSN: 2723-7036

e-ISSN: 2723-7028

© 2023. The Authors.

License: Open Journals  
Publishing. This work is  
licensed under the  
Creative Commons  
Attribution License.

[https://jurnal.sttsetia.ac  
.id/index.php/pkm/inde](https://jurnal.sttsetia.ac.id/index.php/pkm/index)

x

### **Abstract**

*This article is a report on community service through a Seminar about increasing congregations' economic through online business. The seminar was conducted for the members of Pasahutoan Gotorong Imanuel at Cisauk as the action of sharing ideas for the goodness of each member. The community service was conducted through a seminar with discourse and discussion methods. The media was PowerPoint and TV Screens. The purpose of this report is reference for increasing the congregation's economy through online business. The method is qualitative research with a literature study. It started by collecting literature such as a recent journal. The analytic method is content analysis. Analytic results display descriptive. The result is the seminar has impacted the member to start and continue their online business.*

### **Abstrak.**

Artikel ini merupakan laporan pengabdian masyarakat tentang peningkatan ekonomi jemaat melalui bisnis *online* melalui seminar. Seminar ini diselenggarakan untuk peningkatan ekonomi anggota *Parsahutaon* Gotong Royong Imanuel di Casauk sebagai wujud berbagi ide-ide untuk kebaikan setiap anggota. Penyelenggaraan pengabdian masyarakat ini memulalui seminar dengan metode ceramah dan diskusi. Adapun medianya *powerpoint* dan TV sebagai pengganti layar. Adapun tujuan pelaporan ini untuk menjadi referensi peningkatan ekonomi jemaat melalui bisnis *online*. Metode penulisan laporan ini penelitian kualitatif dengan model studi pustakan. Adapun langkahnya mulai mengumpulkan literatur berupa jurnal terkini. Metode analisisnya yaitu telaah melalui konten. Hasil analisis disajikan secara deskriptif. Hasilnya seminar yang dilakukan berdampak terhadap minat dan semangat anggota untuk memulai dan meneruskan bisnis *online*.

## PENDAHULUAN

*Parsahutaon* Gotong Royong Immanuel (PGRI) merupakan perkumpulan orang Batak Kristen yang meliputi wilayah Ciyaur, Kampung Baru, Parahita dan sekitarnya. Yang terdiri dari 20 Kepala Keluarga. Perkumpulan ini sering juga disebut *Parsahutaon* (sekampung) PGRI. Adapun salah satu dari tujuan pendirian *Parsahutaon* PGRI untuk saling tolong menolong dalam berbagai aspek kehidupan yang diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

Kegiatan rutin PGRI adalah ibadah bulan dan sekaligus arisan bagi yang ikut arisan. Arisan merupakan kegiatan yang menjadi opsional. Dalam rangka meningkatkan kebersamaan sesama anggota, pengurus PGRI mengadakan kegiatan "*sarasehan*." "*Sarasehan*" berarti kesempatan untuk saling berbagi pengalaman untuk berbagi manfaat sesama anggota *parsahutaon* PGRI berdasarkan bidang masing-masing.

Pengurus PGRI pernah berdiskusi bagaimana meningkatkan ekonomi bersama dengan beberapa kegiatan yang bisa dilakukan. Kegiatan-kegiatan tersebut masih dalam tahap pembicaraan pengurus karena harus melibatkan semua anggota untuk mengambil kebijakan dan keputusan bersama. Dalam proses diskusi antara pengurus PGRI, pengurus mencoba memberikan kesempatan kepada anggota yang mau berbagi ide-ide dalam acara "*sarasehan*."

Penulis mengambil bagian dalam "*sarasehan*" bentuk seminar dengan tema "*Peningkatan Ekonomi Jemaat Melalui Bisnis Online*." Jualan *online* semakin hari semakin dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan semakin banyak orang Indonesia yang melek teknologi. Peningkatan jumlah pengguna internet menjadi peluang untuk memulai bisnis (Joesyiana 2019). Jualan *online* itu mudah, praktis dan hemat. Mudah karena siapa saja bisa melakukannya karena modal utamanya kuota dan *smartphone*. Praktis karena tidak pergi ke satu tempat, menunggu orang datang, lalu mulai bernegosiasi. Hemat karena tidak membutuhkan tempat khusus, bisa melalui media sosial, toko *online* atau *website* (Baktiono and Artaya 2016).

Ide utama pelaksanaan pengabdian ke masyarakat ini menambah wawasan tentang memulai bisnis *online*. Beberapa anggota PGRI memiliki kemampuan memasak khas Batak yang baik, memiliki usaha *offline*, membuat kue khas Batak dan beberapa kreativitas lainnya yang bisa dijadikan usaha *online*. Harapannya setelah penyelenggaraan seminar ini, para anggota bisa meningkatkan penghasilannya melalui bisnis *online*.

Adapun materi yang disajikan mulai dari peluang bisnis *online*, cara memulai bisnis *online*, memilih media-media *online* yang mudah dan praktis untuk berjualan serta *skill* yang diperlukan untuk mendukung kegiatan *online*. Materi-materi ini merupakan materi yang sangat mendasar untuk pemula jualan *online*.

Materi ini penting karena ada orang yang mengetahui peluang bisnis *online*, tetapi belum paham bagaimana memulai, oleh sebab itu perlu edukasi dan literasi bagaimana memanfaatkannya (Astuti et al. 2020). Terutama bagaimana mereka memulai dengan tepat. Memulai dengan tepat akan memberi peluang yang besar untuk peningkatan pendapatan. Ada orang yang sudah memulai, tetapi karena wawasannya tentang memulai bisnis *online* masih terbatas, maka hasilnya tidak maksimal (Hanum Nst 2019).

Materi memilih media *online* juga merupakan materi yang sangat penting. Media online merupakan tempat berjualan. Maka salah satu pertimbangannya media *online* yang paling *trend* dipakai dalam penjualan. Biasanya ini bergerak sesuai dengan perkembangan teknologi. Tidak media *online* yang abadi, pada umumnya selalu bergeser sesuai dengan minat para *netizen* (Nikmah 2017). Materi *skill* pendukung juga sangat penting karena *skill* pendukung ini merupakan *skill* yang memperbesar peluang untuk meningkatkan penghasilan melalui bisnis *online* (Situmeang 2018).

## METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan adalah penelitian kualitatif dengan model studi pustaka. Ada pun tahapannya, pertama-tama mengumpulkan literatur secara khusus jurnal terkait dengan judul. Langkah kedua, penulis menganalisa konten dengan model konten analisis (Fadli 2021). Penelitian ini juga bersifat deskriptif maka semua data yang diperoleh dijelaskan secara deskriptif (Miles and Huberman 2014).

Seminar Peningkatan Ekonomi Jemaat dilaksanakan 28 November 2020. Karena beberapa alasan kesibukan tidak semua anggota *Parsahutaon* PGRI bisa hadir. Metode yang digunakan dalam seminar adalah metode ceramah dan diskusi (Nata Saputra 2022). Adapun media yang digunakan *power point* dan TV (Seran 2022) sebagai pengganti layar. Adapun tahapannya materi disajikan terlebih dahulu, kemudian diberi kesempatan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan.



Gambar 1 (Anggota PGRI yang Hadir)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peningkatan Ekonomi Jemaat

Peningkatan ekonomi merupakan usaha meningkatkan ekonomi. Ekonomi dalam konteks pendapatan keuangan. Jadi usaha meningkatkan pendapatan keuangan atau penghasilan (Sodogoron 2018). Usaha ini membutuhkan waktu, tenaga dan proses. Peningkatan ekonomi membutuhkan waktu. Waktu yang diperlukan sesuai dengan target pencapaian. Semakin tinggi target pencapaian peningkatan ekonomi, maka semakin banyak waktu dan tenaga yang diperlukan. Tenaga merupakan daya yang dibutuhkan untuk mencapai peningkatan. Sedangkan proses adalah tahapan-tahapan untuk mengalami peningkatan ekonomi.

Kata “jemaat” merupakan terjemahan istilah yang digunakan dalam Alkitab Septuaginta untuk menerjemahkan kata “*qahal*” dalam bahasa Ibrani yang artinya perkumpulan. Kemudian Yesus menggunakan istilah ini dalam Matius 16:18. Istilah ini juga merupakan istilah yang biasa dalam bahasa Yunani, yang artinya perkumpulan. Perkumpulan ini merupakan perkumpulan yang khusus. Dalam istilah Yunani “*ekklesia*” yang artinya dipanggil keluar (Keneer 2015, 788–89).

Jadi jemaat adalah perkumpulan orang-orang yang dipanggil keluar dari kegelapan masuk pada terangnya yang ajaib. Jemaat dipanggil keluar untuk dikhususkan kepada Allah. Jemaat dikhususkan untuk melakukan kehendak Allah sesuai dengan panggilan Allah. Jemaat dikhususkan melakukan kehendak Allah karena jemaat adalah milik Yesus Kristen. Yesus Kristus sudah menebus jemaat dengan sempurna dengan darah-Nya yang kudus. Itulah sebabnya Yesus Kristus adalah pemilik jemaat. Karena Kristus adalah pemilik jemaat, maka jemaat harus mengikut Yesus Kristus. Para pengikut Yesus pertama kali disebut Kristen di Antiokia. Orang-orang yang mau mengejek atau menyindir pengikut Yesus menggunakan istilah “Kristen” (Keneer 2015, 354). Jadi jemaat dalam konteks ini adalah perkumpulan orang-orang yang mengikuti Yesus Kristus.

Peningkatan Ekonomi Jemaat berarti peningkatan ekonomi orang-orang yang mengikuti Yesus. Orang yang mengikuti Yesus Kristus tentu menyangkut seluruh umat Kristen di dunia ini. Dalam penelitian ini, penulis hanya fokus kepada Jemaat yang mengikuti *parsahutaon* PGRI yang meliputi cicayur, parahita, dan kampung baru dan sekitarnya. Salah satu kegiatan untuk meningkatkan ekonomi jemaat yaitu dengan memberikan pengetahuan memulai bisnis *online*.

### Materi Peningkatan Ekonomi Jemaat

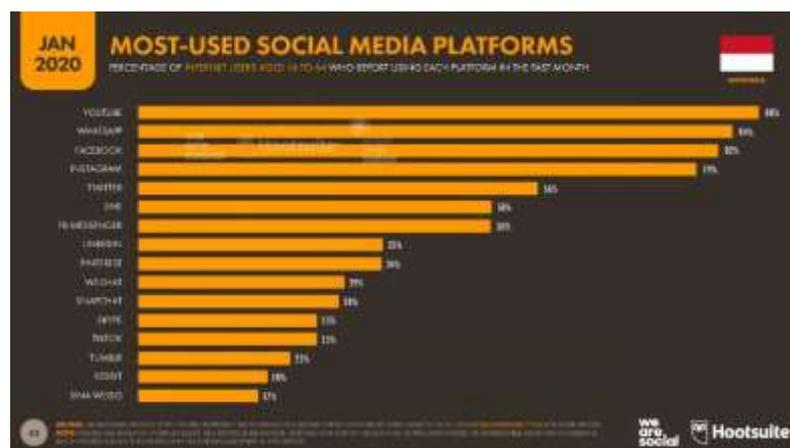
#### *Peluang Bisnis Online*

Peluang bisnis online bisa diukur dari jumlah pengguna internet di Indonesia. Semakin besar penggunaannya, maka semakin besar pula peluangnya. Berdasarkan Hootsuite berikut data pengguna online di Indonesia.



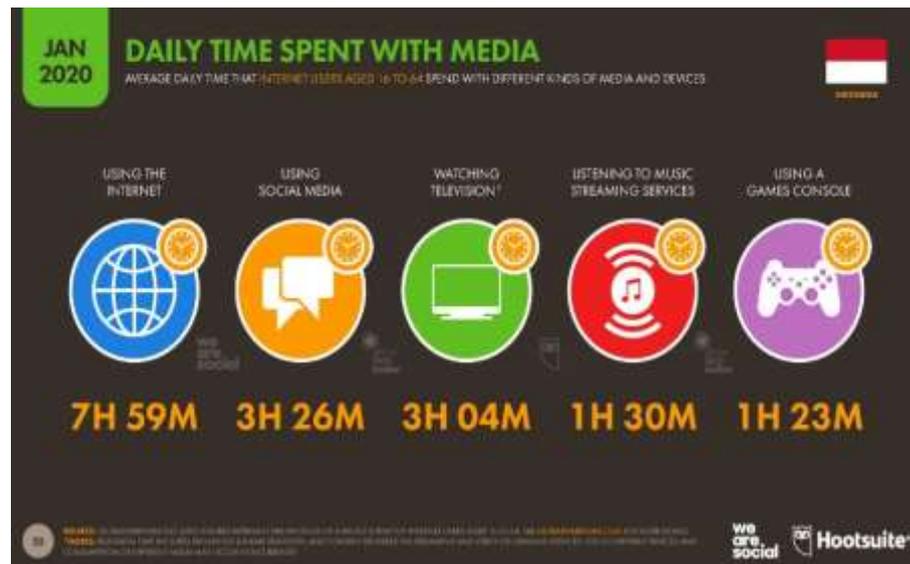
Gambar 2 (Jumlah Pengguna Internet, Sumber: (“Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2020.Pdf,” n.d.))

Data yang ditampilkan oleh *Hootsuite* memberikan satu wawasan bahwa ada peluang yang besar bagi setiap orang untuk meningkatkan penghasilan lewat usaha online. Pertanyaan, media-media apa saja yang mereka gunakan?



Gambar 3 (Media paling banyak dikunjungi, Sumber: (“Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2020.Pdf,” n.d.))

Data pengguna social media ini bisa menjadi acuan untuk memilih media yang tepat untuk memulai bisnis *online*. Seseorang tidak bisa tahu tingkat efektivitasnya, bila orang tersebut belum pernah mencoba. Maka untuk mengetahui efektivitasnya, para anggota bisa mulai jualan *online*. Selain dari pengguna media sosial, pengunjung *ecommerce* juga bisa menjadi ukuran peluang bisnis *online*. Ada banyak *ecommerce* di Indonesia, berikut lima pengunjung terbesar: Shopee 289 juta pengunjung, Tokopedia 258 juta pengunjung, Bukalapak 98 juta pengunjung, Lazada 66 juta pengunjung, dan Blibli 55 juta pengunjung (Putri and Zakaria 2022). Besar peluang bisnis *online* berikutnya ditentukan oleh durasi setiap pengguna *internet* setiap hari. Berikut data-data durasi penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan data-data tersebut, rata-rata orang Indonesia bisa menghabiskan waktu 7 jam 59 menit setiap hari. Ini waktu yang cukup lama. Semakin lama seseorang meluangkan waktunya di internet, maka semakin banyak kemungkinan orang tersebut untuk berbelanja *online* karena waktunya sudah habis di media *online*.



Gambar 4 (Waktu yang dihabiskan orang. Sumber ("Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2020.Pdf," n.d.)

### Memulai *Business Online*

Ada dua rumus memulai bisnis *online*, yang pertama: Mulai dari apa yang anda bisa. Pada umumnya rata-rata yang mencoba memulai bisnis *online* adalah para ibu-ibu rumah tangga yang ingin menambah penghasilan (Astuti et al. 2020). Awalnya mencoba-coba dengar apa mereka bisa, setelah mereka jalani, ternyata ada yang berhasil, ada juga yang belum berhasil. Berhasil atau tidaknya sebenarnya masalah kedua. Masalah pertama yang paling banyak dihadapi orang adalah bagaimana mereka harus memulai. Memulai bisnis *online* tidak selalu dengan bisnis-bisnis yang besar atau menunggu merk terkenal. Mulailah dari apa yang anda bisa. Setelah memulai dari apa yang anda bisa, anda pasti akan belajar sesuai dengan masalah yang anda hadapi.

Prinsip kedua adalah memulai dari apa yang anda miliki. Zaman sekarang jualan tidak harus memiliki produk terlebih dahulu. Seseorang bisa belajar menjadi *dropshipper* terlebih dahulu, atau menjadi *reseller* (Wiranto and Ningsi 2022). Yang paling utama dalam hal ini, menyeleksi toko atau suppliernya. Ini bisa menjadi tahap awal untuk mengumpulkan modal sambil belajar. Bila seseorang memiliki modal kecil, mulailah dari modal kecil itu. Seseorang tidak akan pernah tahu hasilnya sebelum mencoba. Bila seseorang masih takut pakai modal sendiri, orang tersebut bisa memilih jadi *dropshipper* atau *reseller* terlebih dahulu.

### Memilih *Media Online*

Media minimal yang dimiliki seseorang adalah media sosial dan *social chat*. Pada umumnya paling banyak menggunakan *facebook* atau *Instagram*. Untuk mengetahui media mana paling efektif, seseorang harus melakukan tes dan ukur terlebih dahulu. (Widiyawati 2016). *Social chat* pada umumnya menggunakan *whatsapp* ataupun *telegram*. Dari pengalaman penulis menggunakan *social chat* biasanya lebih terasa humanisnya *whatsapp*. *WhatsApp* memiliki dua versi, satu versi biasa, satu versi Business. *WhatsApp* business paling cocok untuk bisnis *online* karena fitur-fiturnya mendukung aktivitas *online*.

Agar bisnis *online* lebih efektif, sebaiknya menggunakan website sendiri. Website sangat mempermudah seseorang dalam jualan *online*. Tugas pengelola *website*-nya yaitu

menyediakan foto, membuat deskripsi menarik, menampilkan harga promo, merespons pertanyaan dan menghemat banyak waktu dibanding hanya mengandalkan media sosial dan *social chat* (Priowirjanto 2022).

### *Skill Pendukung Bisnis Online*

Ada tiga skill minimal yang perlu dimiliki seseorang ketika memulai business online, yang pertama disebut *copywriting*. Sederhananya, *copywriting* adalah cara menulis promosi yang menarik biar orang yang membaca tertarik dan membeli (Pranajaya and Rachman 2022). Salah satu model yang sering digunakan adalah *story telling*. *Story telling* merupakan salah satu metode promosi dengan menceritakan kegiatan sehari-hari, atau peristiwa-peristiwa yang lucu, tetapi di dalam cerita tersebut ada unsur-unsur promosi (Lily Anita and Sukma Lestari 2020). Perlu dicatat, bahwa orang Indonesia dari kecil sudah bertumbuh dengan cerita, maka secara natural orang Indonesia suka membaca dan mendengar cerita.

*Skill* kedua yaitu skill komunikasi (Dwinanda 2018). Ada satu daerah tertentu yang dikenal sampai di seluruh dunia, bukan karena orang daerah tersebut hebat berkomunikasi, tetapi karena orang daerah tersebut kurang memiliki *skill* komunikasi yang baik. Misalnya, ada orang mau melihat-lihat produk mereka, orang daerah tertentu tersebut akan menegur, "jika anda tidak mau beli, jangan lihat-lihat produk kami, nanti orang lain terganggu gara-gara anda." *Skill* komunikasi yang baik akan memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan elegan sehingga seseorang terkesan dan nyaman. Dalam bisnis *online*, kesan pertama itu penting. Kesan pertama menentukan kesuksesan. Perlu dicatat bahwa tidak ada kesempatan kedua untuk menciptakan kesan pertama.

*Skill* ketiga yaitu teknik *closing*. Teknik *closing* merupakan teknik yang mengiring calon pembeli untuk membeli produk dengan cara yang elegan dan santun (Dwinanda 2018). Cara paling mudah belajar *teknik closing* ini dari para penjual dari pasar-pasar *online*. Meskipun para penjual tradisional tersebut tidak menyebut strateginya, tetapi praktiknya mereka sudah menerapkan. Sumber yang kedua yang paling efektif adalah dari para *telemarketing* (Khodijah and Yusyana 2021). Biasanya para *telemarketer* menggunakan strategi *yes setting*. *Yes setting* merupakan strategi bertanya dimana orang yang menjawab akan menjawab "ya." Pada umumnya *yes setting* menggunakan tujuh pertanyaan dan jawabannya semuanya "ya."

### **Sesi Tanya Jawab**

*Pertanyaan 1:* "Saya sudah sering mendengar peluang bisnis *online*, cuma bingung bagaimana memulai selama ini?"

*Jawaban pertanyaan 1:* Untuk memulai bisnis *online* itu tidak butuh lama, butuh waktu cukup yang singkat, yang lama itu mengembangkan dan mempertahankan bisnis *online* tersebut. Anda hanya butuh foto produk, masukan ke group *whatsapp* atau *posting* di *facebook*, pada saat anda *posting*, pada saat inilah anda memulai business *online*. Selanjutnya mengembangkan usaha sehingga bisa mendapatkan *audience* yang lebih banyak dan tertarget. *Audience* adalah orang-orang yang ada dalam kontak atau pertemanan di *facebook*. Sebagai tips, bila anda memiliki bisnis kuliner, carilah grup *WhatsApp* atau *Facebook* yang bersifat kuliner. Sekarang yang lagi *trend* jualan itu para ibu rumah tangga dan terbukti ada yang berhasil mengembangkan usahanya secara *online* (Joesyiana 2019).

*Pertanyaan 2:* “Saya baru tahu kalau banyak orang yang menghabiskan waktu berjam-jam seperti ini, hanya selama ini belum terpikir itu sebagai peluang. Kalau mereka sesibuk itu apakah kita bisa mendapatkan perhatian mereka?”

*Jawaban pertanyaan 2:* Idenya adalah semakin banyak orang menghabiskan waktu *online*, maka semakin besar kemungkinan dia bertransaksi *online*. Mendapatkan perhatian mereka butuh usaha karena mereka pasti sibuk. Yang perlu dipertimbangkan, ada 2 hal yang selalu mencuri perhatian orang: Masalah dan Kesenangan. Bila masalah yang anda ceritakan di *facebook* anda mirip dengan masalah orang tersebut, biasanya pasti akan memperhatikan postingan anda. Kedua, pada prinsipnya manusia menjauhi masalah dan mencari kesenangan. Bila produk atau jualan anda merupakan bagian dari kesenangan mereka, maka mereka pasti akan memperhatikan. Perlu dicatat bahwa hal ini membutuhkan kerja keras dan kerja cerdas. Kerja cerdas masuk saya menggunakan marketing yang kreatif (M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, and Almas Filzah 2022).

*Pertanyaan 3:* “Sayakan punya *facebook*, hanya bingung, kalau saya promosikan, teman-teman *facebook* saya kebanyakan keluarga, bagaimana *dong?*”

*Jawaban pertanyaan 3:* Sebaiknya anda membedakan akun *facebook* yang personal dan akun untuk jualan. Dari pengalaman meng-*coaching* para pebisnis *online*, jualan mereka semakin efektif sejak menggunakan *facebook* untuk bisnis. *Facebook* juga memiliki *facebook business* yang memiliki fitur-fitur untuk peningkatan bisnis. Di *Facebook* jualan, anda harus membangun *brand*. *Brand* itu sederhananya, persepsi orang terhadap anda. Misalnya, anda menjual ikan *arsik* (=masakan ikan khas batak), setiap kali orang ingat anda, mereka ingat ikan *arsik*, dan sebaliknya, setiap ingat ikan *arsik* pasti akan ingat anda. *Brand* akan mempermudah orang mengingat anda dan meningkatkan kepercayaan kepada anda (Lily Anita and Sukma Lestari 2020). Jika orang sudah percaya, maka orang tersebut akan mudah bertransaksi dengan anda.

*Pertanyaan 4:* Cerita-cerita apa yang bagus dipakai untuk promosi?

*Jawaban pertanyaan 4:* Sebenarnya hampir semua cerita bisa digunakan untuk promosi. Hal ini tergantung kreatifitas kita. Hindari berpikir hal-hal yang rumit. Berpikirlah yang sederhana. Misalnya, anda pergi ke sebuah resto, lalu berfoto waktu makan, setelah itu anda posting ke *facebook*, kemudian menambahkan *caption* “inilah cerita kami, makan murah, enak, pelayanan memuaskan”. Cerita ini cerita singkat, tetapi cerita singkat ini menjadi rekomendasi buat semua teman-teman *facebook* anda yang mau cari makan murah, enak, dan pelayanan memuaskan. Inilah yang disebut marketing mulut-mulut. Marketing ini adalah marketing paling efektif (Fakhrudin, Yudianto, and Melly A.D 2021). Sekarang yang menjadi pertimbangan bagaimana supaya orang-orang menceritakan usaha *online* anda dengan senang hati? Sederhananya memberikan produk yang bagus dan pelayanan yang memuaskan.

*Pertanyaan 5:* Saya sering dapat telepon dari Bank tertentu, selalu menawarkan kartu kredit, persis seperti *yes setting*. *Yes setting* apakah disengaja atau bagaimana?

*Jawaban pertanyaan 5:* *Yes setting* merupakan teknik *closing* yang memang sudah dirancang dari awal sampai akhir dengan harapan terjadi transaksi. *Telemarketer* mereka sudah dilatih dengan baik. Mereka juga harus berlatih setiap hari. Sebelum mereka menelepon target market (=orang yang akan diproses pack), mereka sudah membayangkan semua kemungkinan percakapan yang terjadi. Yang perlu kita ketahui,

karena mereka yang pertama memulai percakapan, mereka akan berusaha pegang kendali pembicaraan sehingga pembicaraan semakin fokus (Khodijah and Yusyana 2021). Anda bisa memodifikasi pola mereka, menjadi pola pembicaraan anda ketika memulai percakapan dengan pembeli. Referensi belajar Tutorial Teknik closing bisa diakses melalui youtube dengan link ([\(847\) 7 Jurus Closing Paling Ampuh | Jago Jualan Bersama Coach Tolop Marbun | Materi #7 of 8 | Batch #1 - YouTube](#)).

## KESIMPULAN

Anggota PGRI yang mengikuti seminar termotivasi mengambil peluang-peluang bisnis *online*. Mereka yang sudah pernah coba-coba memulai bisnis *online*, mereka akan memulai lagi sesuai dengan waktu luang mereka. Materi-materi yang disampaikan cukup untuk membuka wawasan awal. Kemudian setelah memulai bisnis *online*, mereka harus belajar lebih banyak dari berbagai sumber. Peningkatan ekonomi jemaat akan terjadi ketika jemaat menambah usaha mereka untuk mendapatkan penghasilan yang lebih dari sebelumnya. Salah satunya melalui bisnis *online*. Bisnis *online* merupakan peluang yang besar, hemat, dan praktis. Oleh sebab itu, jemaat harus meningkatkan *skill* jualan dan *skill* yang berkaitan dengan bisnis *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Rini, Delyana Rahmawany Pulungan, M. Firza Alpi, and Sudirman Lubis. 2020. "LITERASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI PELUANG BISNIS ONLINE BAGI IBU RUMAH TANGGA MENDUKUNG PENDAPATAN RUMAH TANGGA." *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, April (April). <https://doi.org/10.30596/ihsan.v2i1.5152>.
- Baktiono, R. Agus, and I. Putu Artaya. 2016. "MEMILIH MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA BISNIS ONLINE MELALUI PENDEKATAN UJI CATEGORICAL." *E-Jurnal Manajemen Kerja* 2, no. 2.
- Dwinanda, Januariska Bayu. 2018. "Efektivitas Komunikasi Pemasaran Personal Selling Pada Agrowisata Kampung 99 Pepohonan." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16, no. 2. <https://doi.org/10.46937/16201825639>.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *HUMANIKA* 21, no. 1 (April): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Fakhrudin, Arif, Kifni Yudianto, and You She Melly A.D. 2021. "Word of Mouth Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah." *FORUM EKONOMI* 23, no. 4 (November): 648–57. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>.
- Hanum Nst, Farida. 2019. "BISNIS ONLINE INDONESIA MENARIK MINAT KALANGAN MUDA." *Jurnal Bisnis Corporate* 4, no. 1. <https://doi.org/10.46576/jbc.v4i1.460>.
- "Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2020.Pdf." n.d.
- Joesyiana, Kiki. 2019. "PENGUNAAN MEDIA ONLINE SHOP DALAM BISNIS PADA WIRAUSAHA WANITA." *VALUTA* 5, no. 2: 65–80.
- Keneer, Craig S. 2015. *The IVP Background Bible Commentary: New Testament*. Illinois: IPA Academic.
- Khodijah, and Rennyta Yusyana. 2021. "PENGUNAAN TELEMARKEETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN INDIHOME (Studi Kasus Pelanggan Terkendala Jaringan PT. Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Tahun 2021)." *E-Proceeding of Applied Science* 7, no. 5: 1066–70.
- Lily Anita, Tiurida, and Nurul Sukma Lestari. 2020. "KONSEP BRAND STORYTELLING, VALUE PERCEPTIONS DAN VISIT INTENTION PADA KAWASAN TUJUAN WISATA DI

- JAKARTA." *Jurnal IPTA* 8, no. 2 (December): 281. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2020.v08.i02.p13>.
- M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, and Almas Filzah. 2022. "PENGARUH KREATIF, INOVASI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (March): 117–38. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>.
- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. 2014. *Quality Data Analysis*. 3rd ed. London: Sage Publisher.
- Nata Saputra, Yudha. 2022. "Metode Pembelajaran Pendidikan Agama Kristen: Pendekatan Literatur Review." *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan* 10, no. 2 (December): 177–86. <https://doi.org/10.36052/andragogi.v10i2.293>.
- Nikmah, Farika. 2017. "KAJIAN TENTANG PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PELUANG BISNIS." *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis* 11, no. 1 (July): 47. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.19>.
- Pranajaya, Nadiya Kumalasari, and Reza Saeful Rachman. 2022. "Strategi Komunikasi Copywriter Dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus Di Instagram Napak Jagat Pasundan)." *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)* 3, no. 2 (December): 83. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.2.1685>.
- Priowirjanto, Enni Soerjati. 2022. "PENDAMPINGAN KEGIATAN BISNIS ONLINE PADA UMKM DI DESA CIBURIAL-KECAMATAN CIMENYAN-KABUPATEN BANDUNG." *JKBH* 4, no. 2. <https://ejournal.lintasbudayanusantara.net/index.php/jkbh/article/view/12>.
- Putri, Aurelia Salsabila, and Zakaria. 2022. "ANALISIS PEMETAAN E-COMMERCE TERBESAR DI INDONESIA BERDASARKAN MODEL KEKUATAN EKONOMI DIGITAL." *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC 2020*, November (November).
- Seran, Esra. 2022. "PERANAN MEDIA PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN TERHADAP PENINGKATAN MINAT BELAJAR ANAK/SISWA." *Inculco Journal of Christian Education* 2, no. 3: 255–67.
- Situmeang, Rositan Romauli. 2018. "DAMPAK BISNIS ONLINE DAN LAPANGAN PEKERJAAN TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT (STUDI KASUS JASA BISNIS ONLINE TRANSPORTASI GRAB DI KOTA MEDAN)." *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)* 3, no. 3: 319–35.
- Sodogoron, Iwan. 2018. "Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) Di Desa Hanopan Kecamatan Arse Kabupaten Tapanuli Selatan." *JURNAL MUQODDIMAH: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora* 2, no. 2 (August): 101. <https://doi.org/10.31604/jim.v2i2.2018.101-115>.
- Widiyawati, Lilis. 2016. "PERAN SISTEM DROPSHIP, MEDIA SOSIAL, DAN POTENSI KEUNTUNGAN DALAM MENINGKATKAN MINAT WIRAUSAHA DARING (ONLINE) (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG)." *Jurnal Mahasiswa FEB* 4, no. 2. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2947>.
- Wiranto, Muhammad Iqbal Adi, and Lilis Sugih Rahayu Ningsi. 2022. "Strategi Penjualan Melalui Reseller Dan Dropshipper Pada Toko 'Gudang Keramik' Surabaya Dalam Kondisi Pandemi Covid-19." *BIMA* 5, no. 1. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.454>.