

PELATIHAN BISNIS PENJUALAN ONLINE BAGI ORANG MUDA KATOLIK PAROKI ST. MARIA TUGUMULYO MUSIRAWAS

Antonius Singgih Setiawan^{1*},
 Ming Chen¹, Andrew Gunawan¹,
 Agatha Septiana Sri Ratnasari¹,
 Antony Wijaya²

¹) Bisnis Akuntansi, Universitas Katolik
 Musi Charitas

²) Humaniora Ilmu Pendidikan,
 Universitas Katolik Musi Charitas

Article history

Received : 9 Februari 2021

Revised : 13 Februari 2021

Accepted : 25 Maret 2021

*Corresponding author

Antonius Singgih Setiawan
 Email : singgih@ukmc.ac.id

Abstrak

Digitalisasi bisnis penjualan ini merupakan sebuah transformasi bisnis yang signifikan dari yang awalnya bersifat konvensional menjadi virtual. Tujuan besar dari digitalisasi bisnis penjualan ini adalah untuk memberikan kinerja penjualan yang lebih cepat, semakin mendekatkan jarak antara penjual dan pembeli secara virtual dan dapat diakses secara global karena basis utama dalam implementasi digitalisasi bisnis penjualan adalah dengan memanfaatkan teknologi internet. Revolusi industri 4.0 telah membawa dampak pada munculnya praktik digitalisasi ekonomi dan mendorong berkembangnya praktik bisnis penjualan secara online. Namun demikian, belum semua orang tahu dan paham bagaimana menekuni bisnis penjualan secara online. Oleh karena itu, perlu adanya kegiatan yang mampu memfasilitasi masyarakat guna mendapatkan literasi mengenai usaha bisnis penjualan secara online. Kegiatan ini bertujuan memberikan peningkatan wawasan dan keterampilan Orang Muda Katolik (OMK) St. Maria Tugumulyo mengenai potensi penjualan secara online. Dengan memiliki literasi yang baik tentang bisnis penjualan online, anggota OMK St. Maria Tugumulyo bisa meningkatkan jiwa kewirausahaan mereka dengan memanfaatkan bisnis penjualan secara online. Metode kegiatan pengabdian dilakukan dengan memberikan pelatihan dan simulasi dalam membuat *online shop* melalui platform Tokopedia, cara mempromosikan produk, dan cara mengidentifikasi pemasok. Hasil pengabdian menunjukkan dampak positif atas pikiran dan pandangan para peserta dalam hal pilihan bisnis pada masa kini. Peserta mulai memiliki pikiran terbuka untuk memanfaatkan teknologi internet dalam membuat bisnis yang dapat memberikan tambahan penghasilan.

Kata Kunci: Orang Muda Katolik, Penjualan online, Revolusi industri 4.0

Abstract

The digitization in the sales business is a significant business transformation from conventional to virtual. The big goal of digitizing the sales business is to provide faster sales performance, closer distance between sellers and buyers virtually, and can be accessed globally. The primary basis for implementing digitization of the sales business is by utilizing internet technology. Industrial revolution 4.0 has impacted the emergence of economic digitization practices and encourages online sales business practices. However, not everyone knows and understands how to get into the online sales business. Therefore, it is necessary to facilitate the community to get literacy about online sales business. This activity aims to increase the insight and skills of Catholic Youth (OMK) St. Maria Tugumulyo regarding the potential for online sales. The having good literacy about online sales business, members of the OMK St. Maria Tugumulyo can increase their entrepreneurial spirit by utilizing an online sales business. The PkM activity method is carried out by providing training and simulations in creating an online shop through the Tokopedia platform, promoting products, and identifying suppliers. The PkM activity method is carried out by providing training and simulations in creating an online shop through the Tokopedia platform, promoting products, and identifying suppliers. The results of PkM show a positive impact on the thoughts and views of the participants in terms of business choices today. Participants began to have an open mind in using internet technology to create a business that can provide income

Keywords: The online sales, The Catholic Youth, The industrial revolution 4.0

Copyright © 2021 Antonius Singgih Setiawan, Ming Chen, Andrew Gunawan,
 Agatha Septiana Sri Ratnasari, Antony Wijaya

PENDAHULUAN

Saat ini dunia bisnis telah memasuki era revolusi industri 4.0. Menurut beberapa ahli, revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam tatanan sistem ekonomi kearah implementasi teknologi digital. Aktivitas bisnis berbasis digital diyakini telah memberikan dampak terhadap efisiensi waktu dan penghematan biaya. Faktanya adalah dunia bisnis yang semakin mengarah ke media elektronik menyebabkan penggunaan *online shop* menjadi semakin meningkat pesat (Wibowo, 2015). Pada sisi konsumen, belanja melalui *online shop* akan mendapatkan berbagai seperti kemudahan waktu dimana pembeli tidak harus datang dan bertatap muka dengan pedagang, para konsumen dapat dengan mudah memilih barang, melihat harga barang yang akan dibelinya, dan mengetahui kualitas barang melalui komen para pembeli sebelumnya, serta kemudahan dalam cara pembayaran (Fauziah, 2020).

Salah satu contoh nyata dari bisnis digital adalah munculnya aplikasi-aplikasi *online shop* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lain sebagainya. Yang menarik adalah hampir sebagian besar masyarakat telah mengikuti pergeseran kebiasaan dari membeli secara tradisional menjadi membeli secara *online* berbasis internet. Seperti yang diungkapkan oleh Helmalia & Afrinawati, (2018) bahwa media internet telah berperan dan menjadi daya tarik dalam bisnis penjualan sebagai upaya menarik minat konsumen untuk membeli. Ditambahkan oleh Pradana, (2015) saat ini, internet telah menjadi kebutuhan pokok bagi banyak kalangan, terutama keperluan bisnis dalam bentuk *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh teknologi yang saat ini telah menjadi semakin penting sehingga memaksa kita untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, dan efisien, terutama dalam melakukan proses transaksi bisnis (Firmansyah, 2018).

Digitalisasi bisnis dalam dunia penjualan merupakan dampak dari revolusi industri 4.0. Digitalisasi bisnis penjualan ini merupakan sebuah transformasi bisnis yang signifikan dari yang awalnya bersifat konvensional menjadi virtual. Tujuan besar dari digitalisasi bisnis penjualan ini adalah untuk memberikan kinerja penjualan yang lebih cepat, semakin mendekatkan jarak antara penjual dan pembeli secara virtual dan dapat diakses secara global karena basis utama dalam implementasi digitalisasi bisnis penjualan adalah dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini seperti dijelaskan oleh Achjari, (2000) bahwa internet memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Selain dalam sistem penjualan konvensional, digitalisasi bisnis *online* juga telah merambah ke bisnis yang didasarkan pada sistem ekonomi syariah yang sesuai dengan aturan Islam (Fitria, 2017).

Dampak besar lainnya yang bisa dirasakan oleh sebuah negara dari digitalisasi bisnis penjualan adalah adanya peningkatan skala ekonomi yang lebih luas. Hal ini terjadi karena mendorong peluang bagi banyak orang untuk menjadi pedagang dengan tidak harus memiliki tempat yang luas, tidak perlu menyewa lapak di pasar atau tidak perlu memiliki bangunan toko. Berkembangnya bisnis *online* tidak terlepas oleh faktor kekuatan berupa banyaknya model bisnis *e-commerce* dan beragamnya produk yang dapat dijual dan besarnya pangsa pasar dan meningkatnya *urban life style* di banyak tempat di Indonesia (Febriantoro, 2018). Oleh sebab itu, para pedagang *online* tidak harus mengeluarkan biaya yang besar untuk memenuhi prasarana tersebut. Pada sisi yang lain, dengan semakin banyaknya orang yang menekuni usaha penjualan secara *online*, akan menciptakan perputaran ekonomi yang pada akhirnya akan menciptakan kesejahteraan dan berkontribusi dalam menciptakan peningkatan skala ekonomi negara.

Berdasarkan penelitian Situmeang, (2018), beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis *online* adalah terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat yang memanfaatkannya, hal ini karena bertambahnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Beberapa keuntungan lain yang dapat diperoleh para pedagang *online*, yaitu mereka akan memiliki cakupan wilayah penjualan yang tak terbatas, proses bisnis *online* dapat dikelola sendiri dengan bebas, serta tidak terikat oleh waktu. Oleh sebab itu, setiap pedagang *online* berpotensi untuk mendapatkan pelanggan dari mana saja, baik dari lokasi geografis terdekat hingga terjauh. Menjalankan usaha dagang *online* bisa dilakukan secara mandiri perseorangan tanpa harus

melibatkan orang lain atau tanpa harus melibatkan karyawan. Usaha dagang secara *online* juga tidak terikat oleh waktu karena pelanggan bisa memesan kapan saja barang yang mereka butuhkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dilihat bahwa revolusi industri 4.0 telah membawa dampak pada munculnya praktik digitalisasi ekonomi dan mendorong berkembangnya praktik bisnis penjualan secara *online*. Hal ini memberikan peluang bagi masyarakat umum untuk terjun menekuni bisnis penjualan *online* guna meningkatkan skala ekonomi pribadi. Namun demikian, belum semua orang tahu dan paham bagaimana menekuni bisnis penjualan secara *online*. Oleh karena itu, perlu adanya kegiatan yang mampu memfasilitasi masyarakat guna mendapatkan literasi mengenai usaha bisnis dagang secara *online*.

Oleh sebab itu, menjadi perlu bagi dosen perguruan tinggi yang memiliki pengalaman pembelajaran dan pengalaman praktik dalam usaha bisnis penjualan *online* untuk berkontribusi memberikan literasi dan pelatihan bagi masyarakat guna menekuni bisnis penjualan *online*. Salah satu kelompok masyarakat yang relevan untuk disasar dalam program literasi dan pelatihan semacam ini adalah kelompok orang muda yang berpotensi untuk menjadi usahawan.

Kelompok Orang Muda katolik (OMK) merupakan salah satu mitra yang relevan untuk bekerja sama dalam meningkatkan literasi mengenai bisnis penjualan melalui *online* shop. Secara khusus, kegiatan ini relevan disampaikan pada orang muda di daerah yang berpotensi mengembangkan usaha pertanian, peternakan maupun perkebunan seperti di daerah Tugumulyo Musirawas. Beberapa komoditas hasil pertanian, peternakan, dan perkebunan yang selama ini dijual melalui proses konvensional akan dapat dijual melalui media *online* yang memiliki daya jangkauan pasar yang lebih luas.

Berdasarkan diskusi awal yang dilakukan ketua pelaksana PKM dengan Pembina OMK St. Maria Tugumulyo diperoleh informasi bahwa rata-rata anggota OMK merupakan kaum muda usia sekolah menengah atas dan sebagian lagi adalah sudah menyelesaikan sekolah dan mayoritas telah melakukan pekerjaan secara informal. Ada diantara mereka yang memiliki pekerjaan mengolah lahan pertanian dan peternakan. Namun demikian, dengan kondisi ekonomi yang saat ini sedang mengalami kelesuan, dan perlu memiliki pengetahuan kreatif dalam memperoleh penghasilan yang lebih baik, maka kelompok OMK St. Maria Tugumulyo memerlukan masukan ide-ide kreatif yang dapat mendorong mereka memiliki cara untuk memperoleh penghasilan dan memasarkan hasil usaha pertanian dan peternakan mereka dengan cara yang lebih efektif. Pada sisi yang lain, sebagian dari anggota OMK St. Maria Tugumulyo telah mengenal tentang bisnis penjualan *online*, namun, mereka masih belum cukup memahami bagaimana usaha bisnis *online* ini dimulai dan dijalani. Untuk itu, permasalahan ini memberikan peluang bagi Tim PKM Universitas Katolik Musi Charitas untuk memberikan pelatihan dalam melakukan bisnis penjualan *online* menggunakan *platform-online* shop yang sudah berkembang di Indonesia

Oleh karena itu, kegiatan pelatihan bisnis penjualan *online* ini akan memberikan peningkatan wawasan dan keterampilan OMK St. Maria Tugumulyo untuk mengenai potensi penjualan secara *online*. Dengan memiliki literasi yang baik tentang bisnis penjualan *online*, anggota OMK St. Maria Tugumulyo bisa meningkatkan jiwa kewirausahaan mereka sehingga dapat berdampak pada orientasi mereka dari orientasi sebagai karyawan ke orientasi sebagai pedagang, atau bisa merubah orientasi dari petani atau peternak biasa menjadi petani atau peternak yang berwawasan bisnis yang memanfaatkan bisnis penjualan secara *online*.

Untuk itu, Universitas Katolik Musi Charitas sebagai sebuah perguruan tinggi yang memiliki program studi akuntansi dan manajemen, serta mempunyai sejumlah dosen yang mempunyai pengalaman pembelajaran dan praktik bisnis digital, perlu untuk memberikan literasi dan pelatihan mengenai bisnis penjualan secara *online*. Hal ini akan menjadi kontribusi nyata dalam membantu meningkatkan kemampuan literasi OMK St. Maria Tugumulyo tentang potensi ekonomi dari bisnis penjualan secara *online*

METODE PELAKSANAAN

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, Kelompok OMK merupakan salah satu mitra yang relevan untuk diajak kerja sama dalam meningkatkan literasi mengenai bisnis penjualan melalui *online shop*. Kegiatan pelatihan bisnis penjualan melalui *online shop* ini bertujuan untuk memberikan peningkatan wawasan dan keterampilan OMK St. Maria Tugumulyo untuk mengenai potensi penjualan secara *online*. Dengan memiliki literasi yang baik tentang bisnis penjualan melalui *online shop*, anggota OMK St. Maria Tugumulyo bisa meningkatkan jiwa kewirausahaan mereka sehingga dapat berdampak pada orientasi mereka dari orientasi sebagai karyawan ke orientasi sebagai pedagang, atau bisa merubah orientasi dari petani atau peternak biasa menjadi petani atau peternak yang berwawasan bisnis yang memanfaatkan beisnis penjualan secara *online*.

Untuk menjawab beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan mencapai tujuan dari kegiatan yang direncanakan maka solusi yang dapat ditawarkan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Katolik Musi Charitas, adalah:

- a. Memberikan pelatihan dan simulasi dalam membuat membuat *online shop* melalui platform Tokopedia.
- b. Memberikan pelatihan cara mempromosikan produk yang akan dijual dan bagaimana membuat deskripsi dan harga produk supaya menarik.
- c. Memberikan pelatihan cara mengidentifikasi pemasok barang yang aman untuk dijadikan mitra penjualan.

Oleh karena itu, kerangka pemecahan masalah yang disusun untuk memberikan solusi pemecahan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas mendiskusikan secara internal alternatif-alternatif kegiatan yang bisa dilakukan untuk memberikan literasi dan edukasi bagi kelompok OMK St. Maria Tugumulyo dan membuat jadwal waktu yang tepat dan metode pelaksanaan kegiatan. Hal ini perlu diperhatikan mengingat kebutuhan yang diperlukan adalah bagaimana OKM St. Maria Tugumulyo dapat meningkatkan penghasilan terlebih pada masa pandemi saat ini yang harus diantisipasi sehingga kegiatan tidak dapat dilakukan menggunakan pertemuan secara luring.
- b. Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas memutuskan untuk memberikan pelatihan bisnis penjuln secara *online*, hal ini menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan sistem ekonomi digital yang semakin berkembang.
- c. Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas mengkonsultasikan rencana yang dibuat kepada pembina kelompok OMK St. Maria Tugumulyo. Proses konsultasi ini sekaligus untuk memaparkan tawaran kegiatan yang akan dilakukan serta jadwal waktu, dan metode pelaksanaan pelatihan yang memungkinkan untuk dapat dilaksanakan saat ini.
- d. Setelah rencana kegiatan disepakati oleh perwakilan kelompok OMK, Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas menyiapkan materi dalam bentuk paparan power point dan simulasi pembuatan *online shop* untuk disampaikan pada hari pelaksanaan kegiatan dan menyiapkan anggaran kegiatan.

Untuk melihat keberhasilan dari kegiatan PkM ini maka, tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas menyusun beberapa indikator keberhasilan kegiatan. Selain itu, indikator-indikator ini akan memberikan umpan balik bagi tim PkM untuk membuat rencana tindak lanjut kegiatan PkM yang kan dilaksanakan pada masa mendatang. Indikator keberhasilan kegiatan tersebut antara lain adalah:

- a. Penilaian keberhasilan dalam pelaksanaan pelatihan
- b. Penilaian keberhasilan dalam kesiapan fasilitator dalam melaksanakan kegiatan pelatihan
- c. Penilaian tentang relevansi materi pelatihan
- d. Penilaian tentang penggunaan alat dan bahan pelatihan bagi peserta
- e. Penilaian tentang manfaat yang dapat diperoleh bagi setiap peserta

Adapun tahapan kegiatan ini dimulai pada tanggal 15 Agustus 2020. Pada tahap awal ini, Tim PkM mendiskusikan ide dan rencana kegiatan PkM di era Pandemi. Ada beberapa ide kegiatan yang diusulkan,

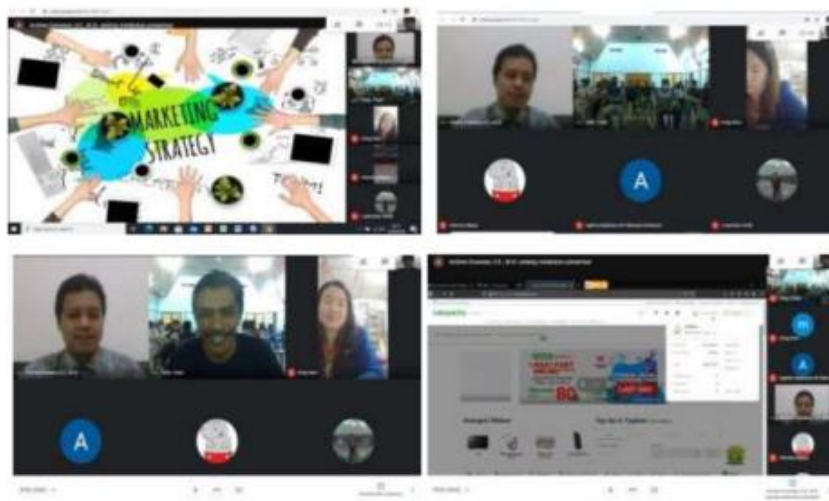
antara lain pelatihan kepemimpinan bagi siswa SMA, pelatihan pasar modal bagi anggota komunitas investasi dan pelatihan bisnis penjualan *online* bagi siswa SMK. Namun akhirnya Tim PKM memutuskan untuk memberikan pelatihan bisnis penjualan *online* bagi kaum muda. Setelah ide dan rencana kegiatan PKM disepakati, selanjutnya pada tanggal 19 Agustus 2020, Ketua Tim menghubungi beberapa calon mitra yang berpotensi untuk diajak kerja sama untuk kegiatan PKM yang antara lain adalah SMK N 1 Lubuklinggau dan OMK St. Maria Tugumulyo Musirawas.

Tanggal 24 Agustus 2020, Salah satu mitra potensial (OMK St. Maria Tugumulyo) menyediakan diri untuk menjadi mitra kegiatan, dan pada tanggal ini, ketua tim PKM mendiskusikan ide dan rencana kegiatan PKM bersama pembina OMK St. Maria Tugumulyo dan menyepakati tema, model pelatihan dan rencana waktu kegiatan akan dilaksanakan. Untuk itu, pihak OMK St. Maria Tugumulyo meminta Tim PKM untuk menyampaikan proposal kegiatan yang ditujukan kepada pengurus OMK St. Maria Tugumulyo. 28 Agustus 2020 Tim PKM mendiskusikan rencana kegiatan dan menyusun proposal kegiatan yang akan ditujukan ke pengurus OMK St. Maria Tugumulyo, dan mengirimkan proposal melalui email.

Tahapan kegiatan dilanjutkan pada 11 September 2020 dimana Tim PKM mendiskusikan kebutuhan material yang dibutuhkan selama pelatihan dan mengidentifikasi biaya yang dibutuhkan, dan tanggal 15 September 2020 Tim PKM membagi tugas dalam membuat materi presentasi/pelatihan yang akan disampaikan dalam kegiatan. Akhirnya pada tanggal 19 September 2020 pukul 19.00 – 21.00 kegiatan PKM pelatihan penjualan bisnis *online* dapat diselenggarakan secara daring menggunakan aplikasi Google Meet yang diikuti oleh 30 orang peserta.



Gambar 1. Liputan Kegiatan oleh Media Massa Online



Gambar 2. Aktivitas Kegiatan Pelatihan Secara Daring

HASIL PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dalam setiap tahap kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut, pada tahap awal kegiatan, saat melakukan diskusi dengan pembina OMK St. Maria Tugumulyo, Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas mendapatkan informasi dan gambaran tentang karakteristik anggota OMK St. Maria Tugumulyo, yaitu: (1) anggota OMK terdiri dari orang muda yang sebagian adalah pelajar sekolah menengah atas, mahasiswa dan sebagian besar sudah bekerja baik secara formal maupun informal, (2) hampir mayoritas anggota OMK ingin belajar mandiri, diantara mereka yang bekerja informal adalah bekerja dibidang pertanian dan peternakan. Beberapa informasi tentang karakteristik anggota OMK St. Maria Tugumulyo yang berhasil digali oleh Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas tersebut sangat membantu dalam mempersiapkan kegiatan yang direncanakan.

Oleh sebab itu, kegiatan pelatihan bisnis penjualan melalui online shop yang diberikan kepada kelompok orang muda ini memiliki beberapa keunggulan, yaitu pelatihan diberikan kepada kelompok milenial yang akrab dengan dunia internet. Hal ini sangat mendukung dalam kegiatan pelatihan karena mereka sudah mengenal dan menguasai peralatan seperti gawai dan internet. Pada sisi lain, keunggulan dari kegiatan ini adalah, para peserta adalah orang-orang muda yang ingin hidup mandiri dan meningkat skala ekonomi hidup mereka. Pelatihan penjualan online diharapkan dapat meningkatkan semangat dan atmosfir baru dalam melahirkan pengusaha-pengusaha lokal (Endriastuti & Pematasari, 2018). Hal ini memberikan semangat dan ketertarikan para peserta pelatihan untuk mengikuti kegiatan dengan seksama. Adapun kekurangan dan keterbatasan dalam penyelenggaraan kegiatan ini secara umum, yaitu pelatihan yang dilakukan secara daring memiliki keterbatasan dalam melakukan interaksi dalam proses pelatihan. Selain itu, gangguan jaringan internet yang seringkali terjadi mengakibatkan proses diskusi dan tanya jawab yang terkadang mengganggu kenyamanan dalam berkegiatan.

Namun demikian, selama tahap pelaksanaan kegiatan, para peserta terlihat sangat antusias dalam mengikuti semua rangkaian kegiatan. Pada sesi diskusi dan tanya jawab terlihat rasa ingin tahu yang besar dari para peserta tentang bagaimana bisnis penjualan *online* bisa mereka lakukan. Oleh sebab itu, pelatihan bisnis penjualan *online* dirasa cocok untuk memberikan wawasan bagi para peserta, sehingga dapat memberikan pilihan alternatif bagi mereka untuk menekuni bisnis baru dalam dunia perdagangan secara *online*. Hal ini seperti dijelaskan oleh Susanti, (2020) bahwa kegiatan pelatihan penjualan secara *online* dapat memberikan tambahan wawasan dan inspirasi bagi para peserta untuk dapat menekuni bisnis penjualan secara *online*. Dukungan dari analisis tersebut terkonfirmasi dengan hasil pengisian kuesioner umpan balik dan evaluasi yang diberikan oleh para peserta.

Tabel. 1 Pengolahan Data Umpan Balik dan Evaluasi Kegiatan

Item Penilaian	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Rata-Rata
Pelaksanaan Pelatihan	1 – 5	4 – 5	4,42
Kesiapan Fasilitator	1 – 5	4 – 5	4,50
Materi Pelatihan	1 – 5	3 – 5	4,48
Alat dan Bahan Pelatihan	1 – 5	3 – 5	4,40
Manfaat bagi Peserta	1 – 5	3 – 5	4,48

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pengolahan data umpan balik dan evaluasi yang diberikan peserta pada Tabel 1, pelaksanaan kegiatan pelatihan dinilai baik, hal ini didasarkan pada nilai rata-rata 4,42 dari rentang nilai kuesioner antara 1 – 5. Terkait kesiapan fasilitator dalam memberikan pelatihan bisnis penjualan online, para peserta juga memberi penilaian yang baik dengan rata-rata nilai 4,50. Kesiapan fasilitator didasarkan pada penguasaan materi, cara menyajikan dan menjelaskan materi, cara fasilitator mendorong peran aktif peserta dan cara fasilitator memberikan tanggapan ke peserta.

Untuk penilaian tentang materi pelatihan, para peserta juga memberikan penilaian yang baik, hal ini ditunjukkan dengan rata-rata nilai 4,48. Penilaian tentang materi pelatihan berhubungan dengan materi yang sistematis serta mudah untuk dipahami. Untuk alat dan bahan pelatihan, para peserta memberikan nilai rata-rata 4,40 hal ini juga menunjukkan nilai yang baik. Pada pelatihan ini digunakan tayangan power point dan langsung menunjukkan kasus pembuatan *online shop* menggunakan platform Tokopedia, hal ini membuat peserta menjadi antusias dan partisipatif. Akhirnya, dalam hal manfaat pelatihan bagi peserta, rata-rata peserta juga memberikan nilai yang juga baik yaitu dengan nilai rata-rata 4,48. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan bisnis penjualan *online* ini memberikan kebermanfaatan dan pengalaman serta pengetahuan baru bagi para peserta. Hal ini ditunjukkan oleh adanya persepsi yang dirasakan oleh peserta yang merasa memiliki tambahan wawasan baru setelah mengikuti kegiatan pelatihan yang disampaikan oleh Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas.

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan menunjukkan adanya gejala positif atas pikiran dan pandangan para peserta dalam hal pilihan bisnis pada masa kini. Peserta mulai memiliki pikiran terbuka dalam memanfaatkan teknologi internet dalam membuat bisnis yang dapat memberikan tambahan penghasilan. Bisnis penjualan secara *online* telah mereka lihat sebagai sebuah kesempatan untuk memulai bisnis dengan modal yang tidak harus besar. Hal ini mendukung temuan (Pradiani, 2018) bahwa peningkatan pemanfaatan teknologi informasi akan mendukung kegiatan bisnis masyarakat. Untuk hal itu, salah seorang peserta mengusulkan supaya Tim PkM Universitas Musi Charitas dapat memberikan pelatihan-pelatihan lanjutan yang berhubungan dengan kewirausahaan, sehingga akan memberikan keberlanjutan dalam meningkatkan jiwa usaha bagi para anggota OMK St. Maria Tugumulyo. Usulan tersebut merupakan usulan yang positif, oleh sebab itu, Tim PkM Universitas Katolik Musi Charitas menyanggupi untuk menyiapkan tema-tema baru yang akan disampaikan pada kegiatan-kegiatan selanjutnya. Untuk itu, program selanjutnya direncanakan untuk disampaikan adalah memberikan pelatihan tentang kiat-kiat untuk memulai usaha bagi anggota OMK St. Maria Tugumulyo

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan bisnis penjualan *online* bagi Orang Muda Katolik Paroki St. Maria Tugumulyo Musirawas merupakan sarana untuk meningkatkan literasi bisnis kekinian yang efektif. Bisnis penjualan *online* yang dapat dilakukan dengan modal terbatas namun memberikan potensi keuntungan yang baik menjadi pilihan yang tepat untuk membangun bisnis penjualan. Dukungan sarana platform penjualan *online* yang banyak telah membuka peluang bagi masyarakat yang ingin menjalankan bisnis penjualan *online* dengan berbagai pilihan. Hal ini juga semakin memberikan potensi keuntungan karena dukungan sarana internet yang semakin menjangkau ke berbagai pelosok daerah dan pengguna internet juga semakin meningkat. Akhirnya, bisnis penjualan *online* merupakan pilihan aktifitas bisnis yang perlu dipertimbangkan untuk dijalankan guna meningkatkan penghasilan yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan bisnis penjualan *online* ini telah berjalan dengan lancar. Namun demikian, ada beberapa saran yang bisa dilaksanakan untuk kegiatan sejenis kedepan, yaitu: (1) Pelatihan bisnis penjualan *online*, sehingga peserta dapat belajar untuk membuat catatan keuangan bisnis mereka dan mengetahui perkembangan pencapaian bisnis mereka. (2) Pelatihan tentang pemanfaatan sistem keuangan elektronik, hal ini karena bisnis *online* yang saat ini berkembang telah menggunakan sistem pembayaran menggunakan uang elektronik.

PUSTAKA

- Achjari, D. (2000). Potensi manfaat dan problem e-commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 288–395.
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). PELATIHAN PEMASARAN, PEMBERDAYAAN TOKO ONLINE, DAN PENGENALAN m-commerce PADA PRODUK UNGGULAN JAGUNG TORTILADI KECAMATAN TRUCUK KABUPATEN BOJONEGORO. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56.

- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.792>
- Febriantoro, W. (2018). KAJIAN DAN STRATEGI PENDUKUNG PERKEMBANGAN E-COMMERCE BAGI UMKM DI INDONESIA. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Firmansyah, A. (2018). KAJIAN KENDALA IMPLEMENTASI E-COMMERCE DI INDONESIA. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 127. <https://doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>
- Fitria, T. N. (2017). BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 3(01), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PADANG. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/nbs.v9i2.1271>
- Pradiani, T. (2018). PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Situmeang, R. R. (2018). Dampak bisnis online dan lapangan pekerjaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Studi di kasus jasa bisnis online transportasi Grab di Kota Medan. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(3), 329–335.
- Susanti, E. (2020). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA UMKM DI DESA SAYANG KECAMATAN JATINANGOR. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Wibowo, R. A. (2015). Kesuksesan e-commerce (online shopping) melalui trust dan customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 1–9.

Format Sitasi: Setiawan, A.S., Chen, M., Gunawan, A., Ratnasari, A.S.S & Wijaya, A. 2021. Pelatihan Bisnis Penjualan Online bagi Orang Muda Katolik Paroki St. Maria Tugumulyo Musirawas. *Reswara. J. Pengabdian Kpd. Masy.* 2(2): 269-276. DOI : <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1093>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))