



[HTTPS://TOKOGEREJA.COM](https://tokogereja.com)



***Mewujudkan Shalom Digital
sebagai Alat di Tangan Tuhan***

**KUNJUNGI
TOKO KAMI!**



TOKO GEREJA
ONLINE SHOP & MARKETPLACE

TOKOGEREJA.COM
Jl. Ir. H. Juanda No. 4 A
Kebon Kelapa, Gambir,
Jakarta Pusat

TOKOGEREJA.COM MEWUJUDKAN SHALOM DIGITAL SEBAGAI ALAT DI TANGAN TUHAN

Oleh : Dharma Leksana, S.Th., M.Si. – CEO Tokogereja.com

Abstrak

Tokogereja.com hadir sebagai *marketplace* rohani terkemuka di Indonesia, didorong oleh visi untuk membangun ekosistem digital yang solid bagi komunitas Kristen. Platform ini merupakan respons terhadap kebutuhan pasar yang belum terlayani dan sebuah manifestasi dari teologi wirausaha Kristen.

Tokogereja.com bercita-cita menjadi "Alat di Tangan Tuhan" untuk mewujudkan "shalom digital"—kesejahteraan holistik dan keadilan di ruang digital—dengan memberdayakan umat Kristen secara ekonomi dan spiritual.¹

Tulisan ini menguraikan landasan teologis yang kuat di balik Tokogereja.com, peluang investasi yang signifikan, serta berbagai cara konkret bagi individu dan institusi untuk berpartisipasi. Partisipasi ini mencakup peran sebagai investor, penjual, pembeli, hingga agen pemasaran, demi mempercepat realisasi shalom digital bagi gereja dan umat Kristen di Indonesia.¹

BAB I

Pendahuluan: Memahami Panggilan di Era Digital

A. Transformasi Digital dan Kebutuhan Pelayanan Holistik Gereja

Era digital telah membawa perubahan fundamental pada lanskap ekonomi dan sosial global. Platform digital kini menjadi bagian tak terpisahkan dari perdagangan, komunikasi, dan pembangunan komunitas. Dalam konteks ini, gereja juga menghadapi realitas baru yang menuntut adaptasi.¹

Secara historis, terdapat kecenderungan dan bahkan "alergi" dalam tradisi gereja tertentu terhadap keterlibatan langsung dalam bisnis atau aktivitas mencari keuntungan. Pemahaman yang keliru ini, bahwa "Gereja tidak boleh berbisnis, tidak boleh mengejar keuntungan atau laba," telah mengakar dalam masyarakat, mengakibatkan pemikiran gereja sering kali tertinggal jauh di belakang perkembangan pesat dunia bisnis.¹

Persepsi tradisional yang memisahkan ranah "sakral" (gereja, pelayanan) dari ranah "sekuler" (bisnis, keuntungan) telah menciptakan kesenjangan signifikan dalam pemahaman dan keterlibatan gereja terhadap realitas ekonomi yang terus berubah. Kedatangan era digital, dengan laju yang dipercepat dan jangkauan yang meresap, semakin memperlebar kesenjangan ini, membuat ketidak-keterlibatan gereja menjadi lebih mencolok dan berpotensi merugikan misinya.¹

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa tantangan bagi teologi wirausaha bukan hanya memperkenalkan konsep-konsep baru, tetapi juga secara fundamental mendekonstruksi dan merekonstruksi persepsi teologis dan budaya yang sangat mengakar tentang pekerjaan, kekayaan, dan tujuan dalam komunitas Kristen. Jika gereja gagal berinovasi dan bertransformasi secara digital, penyebaran Injil dapat terhambat.¹ Laju transformasi digital yang cepat menuntut gereja untuk beradaptasi agar tetap relevan dan efektif dalam misinya.

Konteks historis ini berfungsi sebagai faktor penyebab "kesenjangan misi" saat ini di era digital.¹ Dengan demikian, keterlibatan gereja dalam ranah ekonomi digital bukan sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan strategis untuk memastikan relevansi dan dampak kekristenan di dunia yang terus berubah.

B. Konsep "Alat di Tangan Tuhan": Sebuah Metafora Ilahi untuk Aksi Nyata

"Alat di tangan Tuhan" adalah sebuah metafora yang sering digunakan dalam konteks keagamaan, khususnya dalam agama Kristen, untuk menggambarkan bagaimana seseorang atau entitas dapat menjadi sarana bagi Tuhan untuk melaksanakan kehendak-Nya di dunia. Ini berarti bersedia untuk dipimpin oleh Roh Kudus dan mengikuti dorongan-dorongan-Nya dalam melakukan kebaikan dan melayani sesama.

Dalam Alkitab, terdapat banyak contoh orang-orang yang dianggap sebagai "alat di tangan Tuhan," seperti Ester yang berani berbicara kepada raja demi keselamatan bangsanya, atau nabi-nabi yang menyampaikan pesan-pesan Tuhan kepada umat-Nya.

Mereka bukan hanya menjadi tokoh penting dalam sejarah, tetapi juga memberikan inspirasi bagi orang lain untuk ikut ambil bagian dalam karya Tuhan. Menjadi "alat di tangan Tuhan" tidak berarti seseorang harus memiliki kedudukan atau jabatan tertentu. Siapa pun, di mana pun, dan dalam situasi apa pun, dapat menjadi alat yang berguna bagi Tuhan. Kuncinya adalah kerendahan hati, kesediaan untuk melayani, dan kepekaan terhadap bimbingan Roh Kudus.

Konsep ini mendorong individu dan organisasi untuk menemukan makna dan tujuan hidup yang lebih dalam, serta menjadi berkat bagi dunia di sekitarnya, berkontribusi pada tujuan yang lebih besar, yaitu untuk kemuliaan nama-Nya dan kesejahteraan sesama.

C. Urgensi Mewujudkan "Shalom Digital": Kesejahteraan Holistik di Ruang Maya

Konsep shalom, yang secara tradisional dipahami sebagai kesejahteraan holistik—meliputi kedamaian, keutuhan, kemakmuran, dan keadilan—kini diperluas menjadi "shalom digital".¹ Shalom digital berarti bahwa pemahaman misi gereja tidak hanya mencakup kesejahteraan spiritual atau keadilan fisik, tetapi juga memastikan bahwa sistem dan praktik digital berkontribusi pada kesejahteraan holistik dan keadilan bagi semua, terutama yang rentan.¹

Perluasan konsep shalom ini menjadi "shalom digital" menunjukkan bahwa tujuan misi gereja di era teknologi melampaui sekadar kehadiran atau konektivitas digital. Ini adalah sebuah keharusan etis dan keadilan sosial yang mendalam dalam ranah digital.

Ini menuntut bahwa entitas berbasis iman yang beroperasi secara digital harus secara aktif bekerja untuk mengurangi ketimpangan digital dan mempromosikan akses serta manfaat yang adil bagi semua.

Dengan demikian, "shalom digital" tidak hanya tentang memanfaatkan teknologi, tetapi juga tentang memastikan bahwa teknologi tersebut melayani kemanusiaan secara adil dan merata, terutama bagi mereka yang paling rentan terhadap dampak negatif digital.

Ini adalah pergeseran signifikan dalam cakupan misi, dari sikap reaktif menjadi keterlibatan proaktif dengan implikasi etis dari ranah digital.¹

BAB II

Tokogereja.com: Visi, Misi, dan Fondasi Digital

A. Apa Itu Tokogereja.com? (Platform E-commerce Rohani Terkemuka)

Tokogereja.com adalah platform *e-commerce* yang hadir sebagai jawaban atas kebutuhan akan produk rohani bagi umat Kristen di seluruh tanah air.¹ Platform ini dirancang secara cermat untuk mengisi kekosongan pasar yang signifikan dalam ekosistem *e-commerce* Indonesia yang terus berkembang.¹

Sebagai *marketplace* khusus, Tokogereja.com mempertemukan penjual dan pembeli berbagai kebutuhan gereja dan umat Kristen, yang dapat diakses melalui tautan <https://tokogereja.com/>.¹

Platform ini didirikan oleh Dharma Leksana, S.Th., M.Si., yang mengungkapkan keyakinannya terhadap potensi besar platform ini untuk melayani komunitas Kristen Indonesia.¹ Optimisme ini berakar pada kenyataan bahwa komunitas Kristen di Indonesia dikenal memiliki loyalitas yang tinggi dan permintaan yang berkelanjutan terhadap produk dan layanan rohani.¹

Dengan belum adanya pemain dominan yang secara khusus fokus pada ceruk pasar ini, Tokogereja.com memiliki peluang emas untuk menjadi *first mover* dan meraih pangsa pasar yang signifikan.¹

B. Visi dan Misi: Membangun Ekosistem Digital yang Solid bagi Komunitas Kristen

Lebih dari sekadar toko daring biasa, Tokogereja.com memiliki visi yang lebih besar, yakni membangun ekosistem digital yang solid bagi komunitas Kristen di Indonesia.¹

Visi inilah yang melahirkan slogan kuat yang diusungnya: "Belanja di tokogereja.com: Semua Kebutuhan Gereja, Ada di Sini." Slogan ini bukan hanya janji, tetapi juga cerminan dari komitmen platform ini untuk menyediakan berbagai macam produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan gereja dan umat Kristen.¹

Tokogereja.com secara spesifik membidik kebutuhan unik komunitas Kristen, mulai dari perlengkapan ibadah seperti alat musik rohani, busana paduan suara, hingga perlengkapan sakramen. Selain itu, platform ini juga menyediakan beragam buku rohani, *merchandise* bernuansa Kristiani, serta layanan yang berkaitan dengan acara-acara gerejawi, seperti penyewaan perlengkapan atau promosi kegiatan.¹

Visi Tokogereja.com untuk membangun "ekosistem digital yang solid" merupakan pembeda strategis yang krusial, mengangkat platform ini melampaui sekadar fungsi *e-commerce* transaksional.

Ini menunjukkan komitmen jangka panjang untuk memupuk keterhubungan, dukungan timbal balik, dan keterlibatan komunitas yang holistik. Sebuah ekosistem menyiratkan jaringan hubungan yang saling bergantung—penjual, pembeli, institusi gereja, penyedia layanan—yang menghasilkan nilai melampaui perdagangan sederhana.

Visi ini memosisikan Tokogereja.com sebagai infrastruktur fundamental bagi kehidupan digital komunitas Kristen, memungkinkan keterlibatan yang lebih dalam dan kemajuan bersama, yang sangat selaras dengan tujuan shalom digital.

C. Analisis Pasar dan Peluang di Ceruk Rohani Digital Indonesia

Pasar *e-commerce* di Indonesia saat ini merupakan salah satu yang terbesar dan paling dinamis di kawasan Asia Tenggara. Berbagai laporan riset pasar menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dan substansial dalam beberapa tahun terakhir, dan tren ini diperkirakan akan terus berlanjut.¹

Nilai pasar *e-commerce* Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 44,7 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 10,65%.¹ Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor utama, termasuk peningkatan penetrasi internet dan *smartphone*, literasi digital yang meningkat, dan kelas menengah yang berkembang.¹

Meskipun pasar *e-commerce* secara keseluruhan sangat kompetitif, pasar untuk produk rohani secara *online* di Indonesia, khususnya yang berfokus pada komunitas Kristen, menunjukkan potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Dengan perkiraan populasi umat Kristen di Indonesia yang signifikan, lebih dari 29 juta jiwa, terdapat basis konsumen yang substansial dengan kebutuhan yang berkelanjutan untuk berbagai produk rohani.¹

Saat ini, belum ada platform *online* dominan yang secara khusus melayani kebutuhan rohani komunitas Kristen di Indonesia. Hal ini menciptakan peluang emas bagi Tokogereja.com untuk menjadi penggerak pertama dan pemimpin pasar di ceruk ini.¹

Permintaan akan produk-produk rohani seperti Alkitab, buku-buku teologi, perlengkapan ibadah, busana liturgi, dan suvenir rohani bersifat terus-menerus, baik untuk kebutuhan individu maupun institusi gereja.¹

Dengan sengaja berfokus pada ceruk pasar yang spesifik dan belum terlayani ini, Tokogereja.com secara strategis memposisikan diri untuk dengan cepat meraih kepemimpinan pasar dan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang mendalam. Fokus pada ceruk ini, meskipun terlihat sempit, berfungsi sebagai katalisator yang kuat untuk mencapai shalom digital yang lebih luas.

Ini dilakukan dengan terlebih dahulu membangun platform yang kuat dan terpercaya dalam komunitas yang terdefinisi dengan loyalitas tinggi. Kepercayaan yang mendalam dalam ceruk ini kemudian dapat dimanfaatkan untuk inisiatif etis dan pembangunan komunitas yang lebih luas. Hal ini menjadikan strategi bisnis Tokogereja.com secara langsung mendukung misi teologisnya.

Berikut adalah estimasi populasi Kristen di Indonesia berdasarkan denominasi:

Tabel 1: Estimasi Populasi Kristen di Indonesia Berdasarkan Denominasi (2023)

Denominasi	Persentase Populasi Kristen	Jumlah (Juta)	Sumber
Protestan	70.81%	20.8	1
Katolik	29.19%	8.6	1
Total Kristen	100%	29.4	1

Catatan: Angka ini adalah estimasi dan dapat bervariasi tergantung pada sumber dan metodologi.

BAB III

Landasan Teologis:

Tokogereja.com sebagai Manifestasi Kehendak Ilahi

A. Mandat Penciptaan dan Panggilan Kerja di Era Digital: Bisnis sebagai Ibadah

Keterlibatan Kristen dalam aktivitas ekonomi dan pelayanan memiliki dasar biblika yang mendalam, yang menantang pandangan dualistik sempit tentang pekerjaan "spiritual" versus "sekuler".¹

Ini berakar pada Mandat Penciptaan (Kejadian 1:26-28; 2:5, 15), di mana manusia diberikan mandat ilahi untuk "menguasai dan melestarikan ciptaan" dengan penatalayanan yang bersifat raja namun penuh kebajikan, demi kesejahteraan seluruh ciptaan dan umat manusia, bukan untuk keuntungan egois.¹ Mandat ini secara inheren mencakup tanggung jawab untuk mencari nafkah dan memastikan pelestarian lingkungan.¹

Kewirausahaan, dengan penekanannya pada inovasi, pemecahan masalah, dan penciptaan nilai, adalah pemenuhan langsung mandat ini dalam konteks ekonomi modern.¹

Hal ini mengangkat aktivitas kewirausahaan dari sekadar sarana penghidupan menjadi panggilan suci, suatu bentuk penciptaan bersama dengan Tuhan.¹ Pekerjaan disajikan bukan sebagai kutukan, melainkan sebagai "anugerah" dan panggilan ilahi, sebuah kebenaran yang tetap berlaku bahkan setelah Kejatuhan.¹

Orang Kristen didorong untuk mendekati pekerjaan mereka dengan ketekunan, kecerdasan, ketulusan, dan ketuntasan, menggemakan nasihat Paulus: "Jika seorang tidak mau bekerja, janganlah ia makan" (2 Tesalonika 3:10b).¹ Tujuan utama dari semua upaya Kristen, termasuk bisnis, adalah untuk memuliakan Tuhan dan melayani sesama manusia.¹ Orang Kristen dipanggil untuk menjadi "garam dan terang" (Matius 5:13-14) di semua bidang kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan

bisnis.¹ Ini menyiratkan bahwa bisnis adalah "alat" untuk tujuan Allah, bukan tujuan itu sendiri.¹

Tokogereja.com memungkinkan umat Kristen untuk secara aktif memenuhi mandat penciptaan dengan menggunakan talenta dan kemampuan mereka untuk menciptakan nilai melalui produksi barang dan jasa, memfasilitasi penciptaan lapangan kerja dan pengelolaan sumber daya yang bijaksana, yang pada gilirannya dapat menghasilkan shalom (kesejahteraan holistik).¹

Platform ini mengangkat pekerjaan sehari-hari para penjual dan pembeli menjadi bagian dari panggilan ilahi mereka.¹ Artikulasi kewirausahaan sebagai "pemenuhan langsung mandat penciptaan dalam konteks ekonomi modern" dan "suatu bentuk penciptaan bersama dengan Tuhan" secara fundamental mendefinisikan ulang bisnis. Ini menunjukkan bahwa berpartisipasi dalam Tokogereja.com—baik sebagai penjual, pembeli, atau investor—bukan sekadar transaksi komersial, melainkan sebuah tindakan sakral, ekspresi panggilan ilahi seseorang, dan kontribusi langsung pada karya penciptaan dan penebusan Allah yang berkelanjutan di dunia.

B. Kontribusi Teolog Kunci: Memperkaya Pemahaman Bisnis Berbasis Iman

Berbagai pemikir Kristen terkemuka telah memberikan kontribusi teologis yang signifikan yang menjadi dasar bagi teologi wirausaha, menunjukkan warisan intelektual yang kaya.¹

- **John Calvin:** Merevolusi konsep "panggilan" dengan memperluasnya melampaui klerus untuk mencakup semua pekerjaan manusia yang sah, memandangnya sebagai sarana utama untuk melayani Tuhan di setiap bidang keberadaan manusia.¹ Ketekunan dan dedikasi dalam pekerjaan seseorang dianggap sebagai respons yang tepat dan setia kepada Tuhan.¹ Doktrin "anugerah umum"-nya menyatakan bahwa anugerah Allah meluas kepada seluruh umat manusia, memungkinkan orang Kristen untuk berkolaborasi dengan non-Kristen demi kebaikan bersama dalam berbagai bidang masyarakat—baik politik, ekonomi, atau budaya.¹

- **Abraham Kuyper:** Konsep seminal Kuyper tentang "kedaulatan lingkup" (*sphere sovereignty*) menyatakan bahwa berbagai lingkup masyarakat (misalnya, keluarga, gereja, negara, pendidikan, perdagangan) memiliki otoritasnya sendiri yang berbeda dan ditetapkan oleh Allah, beroperasi langsung di bawah kedaulatan mutlak Kristus.¹ Dalam kerangka ini, lingkup ekonomi (perdagangan) dipahami memiliki integritas dan tujuan inherennya sendiri, yang bertanggung jawab langsung kepada Tuhan.¹
- **Dorothy Sayers:** Sangat menekankan pekerjaan sebagai aktivitas kreatif, sarana fundamental bagi manusia, yang diciptakan menurut gambar Allah, untuk menemukan pemenuhan diri dan memuliakan Tuhan.¹ Ia dengan penuh semangat menentang gagasan bekerja semata-mata untuk keuntungan moneter, sebaliknya menganjurkan nilai intrinsik dan kegembiraan yang ditemukan dalam pekerjaan itu sendiri.¹
- **Paus Yohanes Paulus II (Centesimus Annus):** Dalam ensikliknya *Centesimus Annus* (1991), Paus Yohanes Paulus II mengakui "peran sah keuntungan sebagai indikasi bahwa suatu bisnis berfungsi dengan baik," asalkan itu menandakan penggunaan faktor-faktor produktif yang tepat dan pemenuhan kebutuhan manusia yang sejati.¹ Ia menekankan bahwa profitabilitas bukanlah satu-satunya indikator kondisi suatu perusahaan; faktor-faktor manusia dan moral, seperti martabat dan perlakuan etis terhadap karyawan, sama pentingnya.¹
- **Larry Burkett:** Karya berpengaruh Burkett, "Business By The Book," memberikan panduan praktis tentang integrasi prinsip-prinsip biblika ke dalam tempat kerja.¹ Ia secara konsisten menekankan bahwa tujuan utama bisnis Kristen adalah untuk memuliakan Allah.¹

Platform Tokogereja.com mencerminkan doktrin panggilan Calvin yang menekankan martabat pekerjaan. Ini juga mencerminkan konsep kedaulatan lingkup Kuyper yang mendukung otonomi etis ranah ekonomi. Selain itu, platform ini sejalan dengan penekanan Sayers pada pekerjaan kreatif dan pandangan Paus Yohanes Paulus II mengenai legitimasi keuntungan yang disertai faktor moral dan manusia.¹ Kontribusi gabungan dari para teolog ini memberikan kerangka teologis yang komprehensif dan kuat, melegitimasi dan mendorong keterlibatan Kristen di semua bidang, termasuk ekonomi dan, secara ekstensi, ranah digital, sebagai bagian integral dari iman.¹

Tabel 2: Landasan Teologis dan Kontribusi Teolog Kunci bagi Pelayanan Holistik Gereja di Era Digital

Landasan Teologis / Teolog	Ayat Alkitab / Konsep Kunci	Implikasi bagi Pelayanan Holistik Gereja di Era Digital
Mandat Penciptaan	Kejadian 1:26-28; 2:5,15	Mengelola ciptaan secara bijaksana, menciptakan lapangan kerja, menghasilkan shalom (kesejahteraan holistik), memperhatikan lingkungan digital dan fisik. ¹
Pekerjaan sebagai Panggilan & Pelayanan	Kejadian 3:17-19; 2 Tesalonika 3:10	Bekerja keras, cerdas, ikhlas sebagai anugerah dan panggilan ilahi; bisnis dan pelayanan digital adalah bagian integral dari kehidupan manusia. ¹
Memuliakan Tuhan & Melayani Sesama	Mazmur 150; Roma 11:36; 1 Korintus 10:31; Matius 5:13-14	Tujuan bisnis dan aktivitas digital adalah bagi kemuliaan Allah dan pelayanan kepada sesama; menjadi "garam dan terang" di pilar bisnis dan ekonomi digital. ¹
Teladan Rasul Paulus	Kisah Para Rasul 18:1-3	Spiritualitas tidak terpisah dari kemampuan mencari nafkah; kemandirian finansial untuk mendukung pelayanan digital dan misi. ¹
Pengelolaan Harta Benda	Amsal 11:28; Lukas 16:10	Bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan, mempertimbangkan untung rugi, menghadapi konsekuensi; mengelola harta benda (termasuk data digital) secara bijaksana dan etis. ¹
Teolog Kunci		
John Calvin	Doktrin Panggilan (Vocation), Anugerah Umum (Common Grace)	Pekerjaan biasa adalah pelayanan kepada Tuhan; kolaborasi dengan non-Kristen untuk kebaikan bersama di ranah digital;

		legitimasi keuntungan moderat dan reinvestasi dalam usaha digital. ¹
Abraham Kuyper	Kedaulatan Lingkup (Sphere Sovereignty)	Otonomi etis ranah bisnis di bawah Tuhan; bisnis digital memiliki integritasnya sendiri, tidak tunduk pada kontrol berlebihan dari negara atau gereja, namun bertanggung jawab langsung kepada Kristus. ¹
Dorothy Sayers	Kerja sebagai Aktivitas Kreatif, Kritik Konsumerisme	Kerja adalah pemenuhan citra Allah dan sumber kepuasan; menentang kerja hanya untuk uang dan konsumerisme boros; mendorong pembuatan konten digital yang bertujuan dan etis. ¹
Paus Yohanes Paulus II	Legitimasi Laba & Etika Sosial (Centesimus Annus)	Laba adalah indikator kesehatan bisnis, tetapi bukan satu-satunya; martabat manusia dan perlakuan etis terhadap karyawan/pengguna digital sama pentingnya; kapitalisme etis dengan tanggung jawab sosial di era digital. ¹
Larry Burkett	Prinsip Keuangan Alkitabiah	Tujuan utama bisnis Kristen adalah memuliakan Allah; panduan praktis untuk mengintegrasikan prinsip biblikal di tempat kerja dan dalam usaha digital. ¹

C. Etika Digital Kristen: Menjaga Integritas, Privasi, dan Keadilan di Ruang Maya

Lanskap etika yang unik yang disajikan oleh ekonomi digital menghadirkan tantangan signifikan terkait privasi dan keamanan data, keadilan algoritmik, dan misinformasi.¹ Tokogereja.com, sebagai *marketplace* daring, memiliki tanggung jawab besar untuk menerapkan etika digital Kristen.

Ini termasuk perlindungan data pribadi pengguna dengan standar keamanan tinggi, penggunaan enkripsi, dan mendapatkan persetujuan yang diinformasikan untuk pengumpulan data.¹

Platform ini juga harus berupaya memastikan keadilan dalam penetapan harga dan menghindari praktik diskriminatif yang dapat muncul dari algoritma.¹ Transparansi dalam sumber produk, harga, dan pemasaran sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen.¹

Selain itu, platform ini harus mempromosikan interaksi yang jujur dan berintegritas, mencegah penyebaran misinformasi, dan memastikan bahwa semua transaksi dan komunikasi mencerminkan nilai-nilai Kristen.¹

Panggilan bagi gereja untuk "menebus teknologi" demi tujuan Kerajaan dan kebutuhan akan "pergeseran pola pikir bagi orang Kristen untuk terlibat secara efektif dengan teknologi digital untuk komunikasi dan evangelisme" menunjukkan bahwa peran gereja tidak hanya beradaptasi dengan lanskap digital yang ada, tetapi secara aktif membentuknya. Ini dilakukan dengan menanamkan nilai-nilai dan etika Kristen ke dalam praktik digital, pembuatan konten, dan struktur sistemik.

Hal ini memposisikan Tokogereja.com sebagai pemimpin etis, bukan sekadar platform yang patuh. Dengan mengutamakan praktik digital yang etis—seperti privasi data, keadilan algoritmik, dan integritas—Tokogereja.com menjadi model bagaimana platform digital dapat mewujudkan prinsip-prinsip Kristen dan berkontribusi pada shalom digital, sehingga memengaruhi peradaban digital yang lebih luas daripada sekadar mengikuti norma-norma yang ada.¹

D. Tokogereja.com sebagai "Tongkat" dan "Jembatan" Pastoral Digital

Pelayanan pastoral di era digital perlu memanfaatkan metafora "tongkat" dan "jembatan" untuk memperluas jangkauan dan kedalamannya.

Pastoral sebagai "Tongkat": Penopang, Penuntun, dan Perlindungan Digital.

Fungsi tradisional tongkat gembala adalah simbol bimbingan, dukungan, dan perlindungan bagi kawanan domba, seperti yang digambarkan dalam Mazmur 23:4 dan pelayanan penggembalaan yang sejati.¹ Media digital kini dapat berfungsi sebagai "tongkat" baru yang memperluas kemampuan pastoral. Ini termasuk bimbingan digital melalui konten edukatif, seperti video pendek tentang nilai-nilai Kristen, *podcast* tentang tantangan iman, atau blog yang membahas isu-isu sosial dari perspektif Alkitab.¹

Dukungan digital dapat diberikan melalui konseling daring atau platform media sosial yang memungkinkan pastor menawarkan dorongan dan menghubungkan orang percaya secara global.¹ Perlindungan digital mencakup bimbingan penggunaan media sosial yang bijaksana, menghindari penyebaran informasi yang salah, dan mengedepankan etika komunikasi yang berlandaskan kasih Kristiani, serta perlindungan data pribadi dan keamanan siber.¹

Meskipun media digital dapat berfungsi sebagai "tongkat" fungsional dengan memperluas jangkauan dan aksesibilitas, penting untuk diingat bahwa ada potensi pengurangan kedalaman hubungan interpersonal, dan risiko memprioritaskan pengetahuan teknis di atas hubungan manusia yang otentik.¹

Oleh karena itu, "tongkat digital" harus menjadi perluasan, bukan pengganti, dari pelayanan pastoral yang terwujud dan relasional yang berakar pada kehadiran dan interaksi manusia yang tulus.¹

Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan bimbingan dan dukungan sambil secara aktif mengurangi risiko kedangkalan, memastikan bahwa alat digital memfasilitasi, bukan menghalangi, pengembangan hubungan spiritual yang otentik dan mendalam.¹

Pastoral sebagai "Jembatan": Menghubungkan Umat dan Gereja di Peradaban Digital.

"Jembatan" secara metaforis melambangkan koneksi, penghubung, atau sarana untuk melintasi suatu kesenjangan atau hambatan.¹ Dalam pelayanan pastoral, ini berarti menghubungkan individu dengan Tuhan, umat dengan sesama, dan gereja dengan masyarakat yang lebih luas.¹ Media digital kini dapat berfungsi sebagai "jembatan" baru yang membangun koneksi dan komunitas lintas batas.¹

Platform komunikasi gereja dan *marketplace* Kristen seperti Tokogereja.com dapat menjadi jembatan yang ideal.¹ Tokogereja.com, sebagai *marketplace* daring yang berfokus pada komunitas Kristen, dapat dianalisis sebagai jembatan ekonomi yang menghubungkan penjual dan pembeli Kristen, menciptakan ekosistem ekonomi yang saling mendukung.¹

Meskipun alat digital menawarkan konektivitas yang belum pernah ada sebelumnya, terdapat paradoks bahwa seringkali kita justru mengalami kesepian dan marginalisasi.¹

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun alat digital secara efektif menciptakan konektivitas (sebuah tautan teknis), mereka tidak secara otomatis menjamin komunitas sejati atau hubungan yang dalam dan otentik.¹ Oleh karena itu, tujuan akhir pelayanan pastoral bukanlah sekadar koneksi, melainkan pembangunan "komunitas sejati" dan transformasi masyarakat bagi Kerajaan Allah.¹

Platform digital seperti Tokogereja.com memfasilitasi tidak hanya komunikasi tetapi juga aktivitas ekonomi dan keterlibatan misi.¹ Ini menunjukkan bahwa "jembatan digital" tidak hanya tentang menciptakan tautan komunikasi, tetapi tentang membangun seluruh "ekosistem" yang terintegrasi di mana aktivitas ekonomi terjalin erat dengan nilai-nilai spiritual dan tujuan misi.¹

Pendekatan holistik ini mendorong "shalom" dan secara aktif memajukan Kerajaan Allah dengan mengubah berbagai bidang kehidupan, termasuk pasar, menjadi arena untuk tujuan ilahi.¹

BAB IV

Tokogereja.com:

Alat Konkret Mewujudkan Shalom Digital

A. Mengatasi "Alergi" Gereja terhadap Bisnis: Sebuah Pergeseran Paradigma Misiologis

Gereja perlu mengatasi pandangan dualistik yang telah lama membatasi keterlibatan Kristen dalam dunia bisnis, yaitu pemisahan ranah "sakral" dan "sekuler".¹ Teologi wirausaha mendorong integrasi iman ke dalam semua lingkup kehidupan, termasuk ekonomi, mengakui bahwa "Allah berdaulat atas setiap inci persegi" kehidupan.¹ Pergeseran dari "alergi" gereja terhadap bisnis yang berakar pada pandangan dualistik, menuju teologi wirausaha, menandai sebuah evolusi misiologis yang mendalam.¹

Keberadaan dan keberhasilan Tokogereja.com secara langsung berkontribusi pada dekonstruksi dan rekonstruksi persepsi teologis dan budaya yang sangat mengakar tentang pekerjaan, kekayaan, dan tujuan dalam komunitas Kristen.¹

Dengan menunjukkan model perdagangan berbasis iman yang layak dan etis, Tokogereja.com berfungsi sebagai bukti konsep nyata untuk paradigma teologis baru, menantang kesalahpahaman yang telah lama dipegang dalam gereja.

Platform ini tidak hanya menjalankan bisnis; ia secara aktif menunjukkan cara berpikir baru tentang bisnis sebagai jalan yang sah dan kuat untuk pekerjaan Kerajaan. Hal ini menjadikan Tokogereja.com sebuah alat yang nyata untuk memfasilitasi pergeseran paradigma ini di dalam gereja itu sendiri, membuktikan bahwa bisnis memang bisa menjadi sakral dan didorong oleh misi.

B. Membangun Kemandirian dan Keberlanjutan Gereja di Era Digital

Secara praktis, teologi wirausaha menawarkan jalur menuju kemandirian dan keberlanjutan finansial bagi gereja dan pelayanannya.¹ Dengan mengembangkan sumber pendapatan "di luar persembahan," gereja dapat mengurangi ketergantungan pada model pendanaan tradisional yang mungkin tidak lagi memadai di masa kini.¹ Ini memungkinkan gereja untuk lebih fleksibel, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat tanpa terhambat oleh keterbatasan finansial.¹

Kemandirian finansial yang dicapai melalui usaha kewirausahaan seperti Tokogereja.com bukanlah tujuan akhir, melainkan sarana krusial untuk mencapai tujuan yang lebih besar: memungkinkan gereja untuk menjadi "lebih fleksibel, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat".¹

Ini menunjukkan bahwa kesehatan finansial berfungsi sebagai pengganda yang kuat bagi misi gereja dan kapasitasnya untuk mewujudkan shalom, memungkinkannya beradaptasi dan berkembang di dunia yang berubah dengan cepat.

Dengan potensi menghasilkan sumber daya untuk pekerjaan Kerajaan, Tokogereja.com secara langsung memungkinkan penggandaan misi dan kelincahan organisasi ini, menjadikannya alat strategis untuk pelayanan yang berdampak jangka panjang.

C. Memberdayakan "99 Persen" Umat Kristen untuk Misi Kerajaan Allah

Maka, muncul desakan yang semakin besar untuk memobilisasi "99 persen" umat Kristen—mereka yang tidak dalam pelayanan kejuruan penuh waktu—untuk mengaktifkan keahlian mereka di pasar dan teknologi demi tujuan Kerajaan Allah.¹

Tokogereja.com menyediakan platform bagi umat Kristen untuk menjadi penjual, memungkinkan mereka untuk menggunakan talenta dan sumber daya mereka untuk menciptakan produk atau jasa.¹ Ini adalah manifestasi langsung dari panggilan kerja dan penatalayanan, di mana individu dapat menghasilkan pendapatan secara mandiri, menciptakan lapangan kerja, dan bahkan menyalurkan sebagian keuntungan untuk mendukung pelayanan atau misi tertentu.¹

Tokogereja.com menyediakan mekanisme yang konkret dan mudah diakses bagi "99 persen" umat Kristen (umat awam) untuk terlibat langsung dalam misi. Ini mengubah pekerjaan sehari-hari dan aktivitas ekonomi mereka menjadi tindakan pelayanan, secara efektif mendemokratisasikan misi dan memperluas jangkauannya melampaui struktur gerejawi tradisional.

Platform ini secara langsung memfasilitasi aktivasi umat awam di pasar, menciptakan hubungan sebab-akibat langsung: platform memungkinkan umat Kristen awam untuk memenuhi panggilan mereka di pasar, menjadikan bisnis itu sendiri sebagai bentuk pelayanan.

Ini merupakan pergeseran signifikan dalam misiologi, memberdayakan segmen besar gereja untuk menjadi "alat" aktif bagi perluasan Kerajaan dalam kehidupan profesional mereka.

D. Menciptakan Ekosistem Ekonomi Kristen yang Holistik dan Berkelanjutan

Tokogereja.com memiliki visi untuk membangun ekosistem digital yang solid bagi komunitas Kristen di Indonesia, melampaui sekadar toko *online*.¹ Dukungan aktif dan partisipasi multifaset umat Kristen—sebagai investor, penjual, dan pembeli—menciptakan "lingkaran kebajikan" di mana kegiatan ekonomi secara sengaja diselaraskan dengan tujuan misi, dan keuntungan finansial serta dampak sosial/spiritual saling memperkuat.¹

Konsep "lingkaran kebajikan" di mana kegiatan ekonomi dan tujuan misi saling memperkuat menunjukkan model yang mandiri dan memperkuat dampak Kerajaan.

Ini menandakan pergeseran melampaui penggalangan dana sederhana atau proyek-proyek sekali jadi; ini adalah tentang menanamkan misi ke dalam inti perdagangan itu sendiri, menciptakan lingkaran yang secara terus-menerus memberikan manfaat.

Ini menunjukkan bahwa Tokogereja.com, dengan memupuk siklus ini, menjadi "alat" yang benar-benar berkelanjutan untuk shalom digital, di mana keberhasilan ekonomi secara langsung mendorong kebaikan spiritual dan sosial, dan sebaliknya, memastikan dampak dan pertumbuhan jangka panjang.

BAB V

Panggilan untuk Dukungan Konkret: Berpartisipasi dalam Karya Tuhan

A. Menjadi Investor: Berinvestasi dalam Misi dengan Dampak Kerajaan

Tokogereja.com menargetkan perolehan dana sebesar Rp 5.000.000.000 melalui skema *private placement*, yang dirancang untuk dieksekusi dalam dua fase strategis: Fase Stabilisasi Operasional dan Fase Ekspansi & Dominasi Pasar.¹

Kebutuhan modal awal untuk 12 bulan pertama operasional adalah Rp 2.405.750.000, dialokasikan untuk pengembangan platform, infrastruktur, gaji tim inti, dan upaya pemasaran awal.¹

Sisa dana sebesar Rp 2.594.250.000 akan dialokasikan untuk Fase Ekspansi & Dominasi Pasar, mencakup pemasaran agresif lanjutan, pengembangan produk inovatif (misalnya, integrasi layanan *live-streaming* untuk acara keagamaan, platform donasi canggih, modul kursus teologi premium), ekspansi ke kategori jasa strategis (konsultasi rohani, perencanaan acara keagamaan), dan dana cadangan strategis.¹

Proyeksi menunjukkan potensi pertumbuhan pendapatan yang signifikan: meskipun Tahun 1 diperkirakan mengalami kerugian operasional (Rp -133.000.000), Tahun 2 dan Tahun 3 menunjukkan potensi laba kotor substansial (Rp +1.292.000.000 dan Rp +2.742.000.000), dengan margin laba yang meningkat pesat.¹

Tabel 3: Proyeksi Keuangan Tokogereja.com (Tahun 1-3)

Metrik	Tahun 1 (Revisi)	Tahun 2 (Revisi)	Tahun 3 (Revisi)
Pendapatan Kotor	Rp 1.250.000.000	Rp 2.675.000.000	Rp 4.125.000.000
Biaya Operasional Tahunan	Rp 1.383.000.000	Rp 1.383.000.000	Rp 1.383.000.000
Laba Kotor	- Rp 133.000.000	Rp 1.292.000.000	Rp 2.742.000.000
Margin Laba Kotor	-10.6%	+48.3%	+66.5%

Catatan: Proyeksi ini didasarkan pada data yang ada dalam rencana bisnis dan perlu disesuaikan lebih lanjut berdasarkan riset pasar tambahan dan *benchmarking*.¹

Penting untuk dipahami bahwa proposisi investasi di Tokogereja.com, sebagai sebuah startup tahap awal, secara fundamental berbeda dengan investasi di perusahaan yang sudah mapan; fokus utama bagi investor adalah potensi perolehan keuntungan modal (capital gain) yang signifikan di masa depan, bukan perolehan dividen dalam jangka pendek.¹

Seluruh laba yang dihasilkan akan direinvestasikan kembali ke dalam bisnis untuk mendorong pertumbuhan dan memaksimalkan nilai perusahaan (*enterprise value*) dalam jangka panjang.¹

Keberhasilan *private placement* ini akan memberikan manfaat strategis yang jauh melampaui sekadar injeksi modal tunai, termasuk validasi dan peningkatan kredibilitas, akses ke jaringan dan keahlian (*smart money*), peningkatan tata kelola perusahaan, dan posisi tawar yang lebih kuat untuk pendanaan masa depan.¹

Dengan secara eksplisit mencari "modal pintar" dan menyoroti manfaat strategis di luar sekadar suntikan modal, Tokogereja.com menunjukkan bahwa pihaknya mencari investor yang bukan hanya penyandang dana, tetapi mitra strategis yang sangat selaras dengan misinya. Ini mengubah hubungan investasi menjadi upaya kolaboratif untuk dampak Kerajaan, di mana dukungan finansial terjalin erat dengan panduan strategis dan kredibilitas.

Berikut adalah simulasi struktur kepemilikan saham pra dan pasca-*private placement*:

Tabel 4: Simulasi Struktur Kepemilikan Saham Pra dan Pasca-Private Placement (Asumsi: Valuasi Pra-Uang Rp 8 Miliar, Investasi Rp 5 Miliar)

Pemegang Saham	Jumlah Saham (Pra-Investasi)	Kepemilikan % (Pra-Investasi)	Jumlah Saham (Pasca-Investasi)	Kepemilikan % (Pasca-Investasi)
Dharma Leksana	5.000	50,00%	5.000	30,77%
Carlla Paulina	5.000	50,00%	5.000	30,77%
Total Pendiri	10.000	100,00%	10.000	61,54%
Investor Baru	0	0,00%	6.250	38,46%
TOTAL SAHAM	10.000	100,00%	16.250	100,00%

Sumber: Analisis internal dalam Bisnis Plan Tokogereja.com.¹

B. Menjadi Penjual: Mengaktifkan Talenta dan Menjadi Berkat di Marketplace

Tokogereja.com menyediakan platform bagi umat Kristen untuk menjadi penjual, memungkinkan mereka untuk menggunakan talenta dan sumber daya mereka untuk menciptakan produk atau jasa.¹

Ini adalah manifestasi langsung dari panggilan kerja dan penatalayanan, di mana individu dapat menghasilkan pendapatan secara mandiri, menciptakan lapangan kerja, dan bahkan menyalurkan sebagian keuntungan untuk mendukung pelayanan atau misi tertentu.¹

Dengan menjadi penjual di Tokogereja.com, individu tidak hanya terlibat dalam aktivitas ekonomi yang produktif, tetapi juga secara aktif berkontribusi pada ekosistem Kristen yang saling mendukung. Ini memberdayakan umat percaya untuk melihat pekerjaan mereka sebagai bagian integral dari panggilan ilahi mereka, mengubah setiap transaksi menjadi kesempatan untuk memuliakan Tuhan dan melayani sesama.

C. Menjadi Pembeli: Mendukung Ekonomi Komunitas Kristen dan Konsumsi Etis

Partisipasi sebagai pembeli di Tokogereja.com juga merupakan bentuk dukungan yang signifikan.¹ Dengan membeli dari sesama penjual Kristen, pembeli tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka tetapi juga secara langsung mendukung ekonomi komunitas Kristen.¹

Ini mendorong konsumsi etis, di mana pilihan pembelian dapat mencerminkan nilai-nilai iman seperti keadilan, keberlanjutan, dan dukungan terhadap usaha yang berintegritas.¹

Setiap pembelian di Tokogereja.com menjadi tindakan yang disengaja untuk memperkuat jaringan ekonomi di antara umat percaya, memastikan bahwa sumber daya beredar dalam komunitas yang berbagi nilai-nilai yang sama. Ini bukan sekadar transaksi komersial, melainkan ekspresi solidaritas dan penatalayanan yang bertanggung jawab, yang secara langsung berkontribusi pada visi shalom digital.

D. Membantu Memasarkan dan Memviralkan Visi Misi: Menjadi "Garam dan Terang" Digital

Dukungan pemasaran melalui media sosial akan menjadi sangat penting bagi Tokogereja.com, dengan fokus pada platform seperti Facebook, Instagram, dan berpotensi YouTube dan TikTok.¹ Strategi ini harus mencakup iklan bertarget yang menjangkau minat dan demografi spesifik dalam komunitas Kristen, serta pemasaran konten yang menyediakan materi yang relevan dan menarik seperti renungan, sorotan produk, dan testimoni pelanggan.¹ Kolaborasi dengan *influencer* Kristen dan tokoh agama juga dapat menjadi cara yang efektif untuk membangun kepercayaan dan menjangkau audiens yang lebih luas.¹

Upaya pemasaran dan viralitas untuk Tokogereja.com melampaui promosi

komersial belaka; mereka menjadi bentuk "evangelisme digital" dan "kesaksian." Dengan secara aktif mempromosikan visi dan nilai-nilai platform, individu tidak hanya menjual produk tetapi secara efektif menyebarkan pesan shalom digital dan integrasi iman dan pekerjaan.

Ini mengubah pemasaran menjadi tindakan "menjadi garam dan terang" di ranah digital, di mana setiap upaya berbagi informasi berkontribusi pada penyebaran prinsip-prinsip Kerajaan dan pembangunan komunitas yang lebih luas.

E. Bergabung sebagai Afiliator dan Kemitraan Strategis: Memperluas Jangkauan Kerajaan

Meskipun dokumen dalam bisnis plan tidak secara eksplisit menyebutkan program afiliasi individu, Tokogereja.com memiliki "rencana kemitraan yang sangat terperinci dengan lembaga-lembaga kunci seperti PWGI, PGI, sinode gereja, universitas Kristen, dan penerbit rohani".¹ Kemitraan ini berfungsi sebagai jembatan yang memfasilitasi dan mendukung kewirausahaan di kalangan umat percaya, menciptakan sinergi di mana pengetahuan, pengalaman, dan modal dapat dibagikan, memungkinkan pertumbuhan yang lebih cepat dan dampak yang lebih luas bagi Kerajaan Allah.¹

Penekanan pada "kemitraan strategis dengan lembaga-lembaga kunci" daripada hanya program afiliasi individu menunjukkan strategi mobilisasi yang disengaja dan terstruktur.

Pendekatan ini memanfaatkan struktur gereja yang ada dan jaringan yang mapan untuk memperluas jangkauan dan dampak platform secara lebih efisien dan luas, sehingga mempercepat realisasi shalom digital di seluruh komunitas Kristen. Kemitraan ini memungkinkan Tokogereja.com untuk mengintegrasikan dirinya ke dalam struktur komunitas Kristen yang ada, menjadikannya alat yang lebih kuat dan efisien untuk misinya.

BAB VI

Kesimpulan:

Bersama Mewujudkan Shalom Digital

A. Rekapitulasi Peran Krusial Tokogereja.com

Tokogereja.com adalah model signifikan untuk integrasi iman dan praktik bisnis di era digital, berakar pada teologi wirausaha dan mandat ilahi untuk menatalayani ciptaan.¹ Platform ini berfungsi sebagai "tongkat" yang membimbing, menopang, dan melindungi jemaat di tengah kompleksitas dunia digital, serta sebagai "jembatan" yang menghubungkan umat dengan Tuhan, sesama, dan masyarakat luas, membangun komunitas yang otentik dan ekosistem Kerajaan Allah yang holistik.¹

Tokogereja.com merupakan alat konkret untuk mewujudkan shalom digital. Ini mengatasi dikotomi sakral-sekuler yang telah lama membatasi gereja, membangun kemandirian gereja melalui sumber daya ekonomi baru, dan memberdayakan umat Kristen untuk misi Kerajaan Allah melalui keahlian mereka di pasar dan teknologi.¹

Dengan demikian, platform ini tidak hanya menyediakan produk dan layanan, tetapi juga membentuk kembali cara komunitas Kristen berinteraksi dengan ekonomi digital, menjadikannya arena untuk tujuan ilahi.

B. Panggilan untuk Aksi Kolektif dan Harapan Masa Depan

Keberhasilan Tokogereja.com dalam mewujudkan shalom digital sangat bergantung pada dukungan holistik dari seluruh komunitas Kristen—sebagai investor, penjual, pembeli, dan agen pemasaran.¹ Ini adalah gerakan transformatif yang mendesak, menawarkan pergeseran paradigma krusial bagi gereja untuk tetap relevan dan berdampak di era digital.¹

Pada akhirnya, Tokogereja.com bukan hanya sebuah usaha yang sukses, tetapi juga sebuah model bagi bagaimana bisnis berbasis iman lainnya dapat secara efektif mengintegrasikan iman dan praktik ekonomi di era digital.¹

Ini menyiratkan dampak sistemik yang lebih luas, di mana keberhasilan Tokogereja.com dapat menginspirasi dan memberikan cetak biru praktis untuk munculnya inisiatif serupa.

Hal ini akan mengarah pada efek pengganda untuk dampak Kerajaan yang lebih luas di pasar, memungkinkan umat Kristen berpartisipasi aktif dalam transformasi dunia, menjadikan setiap aspek kehidupan sebagai arena untuk memuliakan Allah.¹

Karya yang dikutip

1. Bisnis Plan Tokogereja.com_ (1).docx