

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) meskipun dalam ukuran sumbangan terhadap PDB belum cukup tinggi, sektor ini tetap menjadi tumpuan bagi stabilitas ekonomi nasional. Akan tetapi masih banyak pelaku UKM yang melakukan pemasaran produknya secara konvensional, padahal di era digital saat ini sangat menjanjikan untuk memasarkan produk secara online sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi marketing online dapat melalui Website atau Blog, memanfaatkan Jejaring Sosial dan email marketing, pengelolaan Forum atau Komunitas Online, dan pemanfaatan jejaring pasar berbasis internet (emarket place) baik lokal, nasional maupun internasional.

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di wilayah meruya selatan dan sekitarnya, serta meningkatkan jangkauan pasar bagi pelaku usaha UKM/IKM. Metode yang dilakukan adalah dengan Pra pelatihan dan Pelatihan serta Praktek Internet Marketing di depan komputer/notebook dengan menggunakan perangkat lunak yang tersedia.