

ABSTRAK

UMKM di Lhokseumawe memiliki perkembangan yang sangat pesat, beragam perubahan muncul yang disajikan kepada pelanggan. Baik perubahan penjualan dari sistem *offline* sampai ke sistem *online* maupun perubahan pada sistem pembayarannya. Selain dari pada itu, produk yang disajikan saat ini juga beraneka ragam. Perkembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar, agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Hal ini diperlukan kinerja UMKM yang baik seperti inovasi, pemasaran digital, dan bauran pemasaran yang handal. UMKM lagi mengalami peningkatan yang signifikan dalam penggunaan teknologi baik itu dari media sosial, *marketplace*, dan lainnya. Akan tetapi dalam teknologi digital yang digunakan oleh para pelaku usaha mikro kecil menengah di Kota Lhokseumawe ini mengalami beberapa kendala terkait digitalisasinya atau pada proses promosinya meliputi kurangnya pemahaman tentang teknik promosi pemasaran digital, menentukan target konsumen dengan media digital, kurangnya pemahaman ini mempengaruhi kemampuan untuk menggunakan platform online secara efektif untuk mempromosikan produk, kurang pemahaman tentang cara mengedit menjadi hambatan, kesulitan dalam menghasilkan desain yang tepat dan menarik untuk diunggah, keterbatasan waktu pada proses pengelolaan sosial media, terdapat juga pelaku wirausaha yang lagi dalam proses pencarian admin atau individu yang kompeten untuk manajemen media sosial seperti dalam memotret produk, mengunggah konten, dan lainnya. Peneliti menggunakan metode *Simple Multi Attribute Rating Technique* (SMART) karena metode ini relatif mudah dalam penilaiannya, setiap kriteria atau atribut dinilai dengan skala yang sudah ditentukan. Dengan adanya sistem ini dapat membantu menghasilkan Sistem Pendukung Keputusan secara tepat. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 14 UMKM yang layak di era digital yaitu dengan nilai akhir diatas 50 dan UMKM yang dibawah 50 merupakan UMKM yang tidak layak di era digital berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan.

Kata Kunci : SPK, SMART, Pemasaran Media Sosial, Kelayakan Usaha.