

## **ABSTRAK**

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Lhokseumawe menunjukkan potensi yang signifikan dalam perekonomian lokal, terutama melalui festival kuliner yang diadakan oleh Disperindagkop. Dalam era digital, pentingnya sistem informasi pemasaran digital bagi UMKM menjadi semakin krusial untuk meningkatkan efisiensi, visibilitas, dan konektivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan sistem informasi pemasaran berbasis website untuk UMKM yang terdaftar di festival tersebut. Metodologi penelitian melibatkan wawancara dengan pemilik UMKM, dan pihak Disperindagkop. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan manajemen pemasaran, visibilitas produk, dan interaksi dengan konsumen. Sistem informasi yang dikembangkan menggunakan teknologi web terkini seperti HTML, CSS, PHP, dan framework Laravel, dengan pendekatan Model Waterfall dalam proses pengembangannya. Penelitian ini juga mengacu pada penelitian terdahulu untuk memperkaya wawasan dan teori yang digunakan. Diharapkan, sistem informasi ini dapat memberikan manfaat signifikan bagi UMKM di Lhokseumawe dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

**Kata Kunci: Sistem, Informasi, Pemasaran, UMKM**

## **ABSTRACT**

The growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Lhokseumawe City shows significant potential in the local economy, especially through the culinary festival held by the Disperindagkop. In the digital era, the importance of a digital marketing information system for UMKM is becoming increasingly crucial to increase efficiency, visibility, and connectivity. This study aims to develop and implement a website-based marketing information system for UMKM registered in the festival. The research methodology involves interviews with UMKM owners and the Disperindagkop. The expected results are improved marketing management, product visibility, and interaction with consumers. The information system developed uses the latest web technologies such as HTML, CSS, PHP, and the Laravel framework, with a Waterfall Model approach in the development process. This study also refers to previous research to enrich the insights and theories used. It is hoped that this information system can provide significant benefits for UMKM in Lhokseumawe in facing marketing challenges in the digital era.

**Keyword: System, Information, Marketing, UMKM**