

# IMPLEMENTASI SISTEM SMARK UMKM DAN LITERASI INVESTASI PADA UMKM DI KOTA BANDUNG

Resanti Lestari<sup>1</sup>, Vidya Ramadhan Putra Pratama<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>STIE Ekuitas

Korespondensi: <sup>1</sup>resanti.lestari@ekuitas.ac.id

## ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Kota Bandung terkait audit pemasaran menggunakan Sistem SMARK serta literasi investasi. Kegiatan ini melibatkan 7 UMKM dari 10 yang diundang dan dilaksanakan secara daring melalui Zoom serta luring di gedung STIE Ekuitas. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai strategi audit pemasaran, penggunaan aplikasi SMARK untuk meningkatkan efisiensi bisnis, serta pengenalan instrumen investasi yang aman dan menguntungkan. Sebagai luaran, peserta diberikan manual book SMARK dan bahan presentasi terkait audit pemasaran serta literasi investasi, yang diharapkan dapat membantu mereka menerapkan hasil pelatihan untuk meningkatkan kinerja usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Sistem SMARK dan marketing audit sangat penting bagi UMKM untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran secara sistematis. Penulis memberikan kontribusi nyata melalui pelatihan dan pendampingan yang mendukung UMKM dalam melakukan audit pemasaran secara mandiri. Selain itu, literasi keuangan yang diberikan membantu UMKM memahami pengelolaan keuangan yang baik serta pemanfaatan investasi yang aman, sehingga dapat meningkatkan profesionalisme, mendukung pengambilan keputusan strategis, dan memastikan keberlanjutan usaha. Langkah-langkah ini menjadi krusial bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Kegiatan ini memberikan dampak positif jangka panjang dengan memperkuat fondasi bisnis UMKM serta membekali mereka dengan kemampuan untuk beradaptasi terhadap tantangan pasar melalui strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang efektif.

Kata Kunci: Audit Pemasaran, SMARK Literasi Keuangan

## ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) aims to provide training and mentoring to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bandung City on marketing audits using the SMARK System and investment literacy. Of the 10 invited MSMEs, 7 actively participated in the program, which was conducted both online via Zoom and offline at STIE Ekuitas. The activities included training sessions on marketing audit strategies, practical guidance on utilizing the SMARK application to enhance business efficiency, and an introduction to secure and profitable investment instruments. Participants gained increased understanding of the importance of systematic marketing evaluation and sound financial management, including investment planning. As a tangible output, participants received a SMARK manual book and presentation materials related to marketing audit and investment literacy. These resources are expected to help participants implement the acquired knowledge in improving their business performance. The results of the program indicate that the SMARK System and marketing audits are crucial for MSMEs, enabling them to systematically evaluate and refine their marketing strategies. This initiative contributed by equipping MSMEs with tools to conduct independent marketing audits and offering guidance on financial literacy to utilize safe investment options effectively. Such steps are critical for fostering professionalism, informed decision-making, and long-term sustainability for MSMEs amid increasingly competitive markets. The program's impact underscores the need for continued monitoring and further training to ensure that MSMEs can fully benefit from and sustain the knowledge and skills acquired through this initiative.

*Keywords: Marketing Audit, SMARK, Financial Literacy*

## PENDAHULUAN

Peningkatan ekonomi tidak terlepas dari peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai penyedia tenaga kerja dan sumber

penghasilan bagi masyarakat. Pemberdayaan UMKM merupakan bagian integral dari Pembangunan Nasional dan menjadi langkah strategis dalam meningkatkan dan

memperkuat dasar kehidupan perekonomian sebagai upaya menciptakan lapangan pekerjaan baru. UMKM merupakan sektor yang memberikan sumbangan besar pada PDB Indonesia, namun UMKM dalam pengembangannya memiliki banyak kendala. Masalah yang dihadapi UMKM salah satunya adalah belum memiliki kemampuan melakukan evaluasi yang terintegrasi dan rasional berdasarkan data. Permasalahan UMKM di bidang pemasaran adalah mereka

tidak dapat mengukur apakah kegiatan mereka telah efektif, apakah pemasaran sudah tepat sasaran serta berapakah rupiah yang dihasilkan dari setiap upaya pemasaran. Begitupun permasalahan UMKM di bidang finansial atau keuangan yang di mana UMKM terkadang kebingungan untuk mengatur dan mengalokasikan uang kas hasil usaha mereka untuk diinvestasikan terhadap berbagai instrumen yang punya potensi menguntungkan.



**Gambar 1: SME Perspective about Effectivity Their Marketing Effort.**

Sumber : (1)

Permasalahan yang menjadi titik berat solusi yang ditawarkan oleh penulis meliputi: 1) Permasalahan audit usaha. Solusi yang ditawarkan adalah penggunaan Sistem SMARK Marketing Audit yang meliputi audit promosi dan data pelanggan. 2) Permasalahan pemahaman mengelola hasil usaha serta berinvestasi bagi UMKM juga perlu diberikan pemahaman dan sosialisasi mengenai literasi dan inklusi keuangan yang paling sesuai dengan kondisi UKM.

Masalah yang dihadapi UMKM salah satunya adalah belum memiliki kemampuan melakukan evaluasi yang terintegrasi dan

rasional berdasarkan data. Berdasarkan hasil survey pada UMKM mengacu pada kajian (2) (3), permasalahan UMKM di bidang pemasaran adalah mereka tidak dapat mengukur apakah kegiatan mereka telah efektif, apakah pemasaran tepat sasaran serta berapakah rupiah yang dihasilkan dari setiap upaya pemasaran.

Tujuan yang ingin dicapai kegiatan PKM ini adalah memberikan mitra wawasan dan pendampingan secara langsung penggunaan Sistem SMARK Marketing Audit yang merupakan sistem hilirisasi hasil penelitian dari penulis. Dengan sistem ini, Mitra dapat

melakukan pengelolaan *database* secara mandiri dan dapat melakukan audit membandingkan antara standar acuan dan pencapaian. Sistem yang digunakan dalam kegiatan PKM ini merupakan hilirisasi dari kegiatan penelitian penulis, adapun Sistem ini merupakan pengembangan dari Model (3–8) yang telah diujikan sebelumnya dan dikembangkan menjadi sistem berbasis android. Tujuan lainya juga memberikan sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan benar serta pemanfaatan instrumen investasi yang aman serta menguntungkan dalam upaya untuk meningkatkan literasi keuangan bagi UMKM.

#### **Mitra PKM**

Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah para pelaku usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang pernah teregistrasi sebagai peserta klinik bisnis yang pernah diselenggarakan oleh STIE Ekuitas pada tahun 2022, dengan cakupan wilayah dari para UMKM tersebut adalah di kota Bandung dan sekitarnya. Dengan begitu, kegiatan pengabdian masyarakat kali ini sebagai program keberlanjutan dari kerjasama antara mitra UMKM dengan pihak STIE Ekuitas yang pernah dijalankan sebelumnya.

Dari 163 UMKM dipilih secara acak sebanyak 10 UMKM untuk menjadi mitra dengan kriteria berlokasi di Kota Bandung dan sekitarnya, memiliki jenis bidang usaha Kuliner atau Fashion, serta memiliki cakupan wilayah pemasaran di level kecamatan sampai dengan provinsi.

#### **Permasalahan Mitra**

Penentuan permasalahan prioritas mitra dilakukan dengan Justifikasi awal berdasarkan hasil observasi pada rerata UKM pada umumnya, dimana rerata UKM masih memiliki keterbatasan sistem pencatatan, dimana masih banyak yang dilakukan masih sederhana dan manual, serta belum adanya audit pada sistem pemasaran online. Selain itu pada bagian keuangan, selain masih memiliki pencatatan keuangan yang tradisional, para UMKM pun belum memiliki kemampuan dan kecermatan untuk mengalokasikan hasil usaha kepada instrumen investasi dengan baik. Hal tersebut cukup berkorelasi dengan tingkat literasi keuangan nasional yang masih di bawah 50%. Berikut ini dua fokus utama permasalahan mitra : 1) Permasalahan Teknologi Informasi. Kedua belum memahami produk produk finansial yang memiliki potensi sebagai investasi yang aman bagi UKM. Adapun dari ke 2 permasalahan mitra di atas, tim pengusul sepakat ingin memberikan solusi dan memiliki prioritas menyelesaikan permasalahan Permasalahan Pencatatan Informasi Usaha dan permasalahan literasi finansial.

Permasalahan Spesifik dan Menjadi Prioritas Pengusul adalah :

1. Permasalahan Teknologi Informasi, pengusul menawarkan solusi berupa penerapan teknologi yaitu sistem SMART Marketing audit. Sistem ini dapat membantu mitra untuk melakukan Audit pemasaran yang

merupakan bentuk diagnosa tes yang diberikan perusahaan terkait beberapa permasalahan dalam perusahaan yang ditujukan kepada “*key people*”. Adapun marketing audit merupakan suatu aplikasi terintegrasi berbasis android untuk audit pemasaran. Untuk menjawab permasalahan mitra yang pertama ini, pengusul Telah memiliki teknologi yang siap diaplikasikan, sehingga kegiatan ini nantinya adalah bentuk **hilirisasi dari penelitian** pengusul terdahulu. Untuk memberikan dan pengaplikasian solusi permasalahan pertama ini, dibutuhkan beberapa tahapan, antara lain adalah membantu agar Mitra memiliki data base dan mengelola database secara tersistem. Sehingga ada perubahan metode dalam kegiatan ini dan menjadi Prioritas yaitu perubahan pencatatan manual dan beralih pada input data secara tersistem.

2. Permasalahan pemahaman produk-produk investasi, pengusul menawarkan solusi berupa pendampingan secara rutin dalam pengelolaan hasil usaha untuk investasi dan juga penerapan Alokasi Aset. Pendampingan ini akan membantu mitra untuk mengetahui dan mengenal berbagai kebutuhan investasi yang akan disesuaikan dengan profil risiko dari usahanya. Pengaplikasian dari solusi permasalahan yang kedua ini, diperlukan beberapa tahapan. Yang pertama adalah dengan mengidentifikasi profil risiko dari masing-masing departemen investasi mitra UMKM, sehingga dapat diketahui produk-produk investasi mana yang sesuai dengan kebutuhan. Yang kedua adalah

mendaftarkan mitra sebagai investor pasar modal hingga mempunyai nomor single investor identification (SID). Yang terakhir adalah melakukan alokasi aset dari hasil usaha mitra. Untuk hal ini, pengusul telah memiliki metode yang siap diaplikasikan sehingga kegiatan ini nantinya adalah bentuk **hilirisasi dari penelitian** pengusul terdahulu.

### **Solusi Permasalahan**

Berdasarkan kajian mengenai permasalahan mitra di atas, maka berikut ini akan dijabarkan solusi dan target luaran dari kegiatan PKM ini sebagai berikut :

a) Pelatihan dan pendampingan penerapan sistem SMARK Marketing audit.

SMARK application system merupakan inovasi berupa aplikasi berbasis android, yang dapat di akses dari Playstore dan di install pada device setiap UKM yang akan menggunakan. Implementasi penggunaan system ini akan dilatihkan pada beberapa UKM yang menjadi mitra STIE Ekuitas.

Metode implementasi system ini pada UKM Binaan STIE Ekuitas melalui pendekatan incubator digital learning. Adapun kegiatan ini melalui 3 tahapan. Tahapan pertama adalah membentuk kelompok UKM binaan berdasarkan kluster kesiapan teknologi (*technology readiness level*), Tahapan kedua adalah tahapan pelaksanaan kegiatan, berupa pelatihan, tahapan ketiga adalah tahapan penyempurnaan sistem, berupa *feed back* dan hasil penerapan teknologi pada UKM.

Kegiatan ini memiliki target luaran :

- 1) Mitra memiliki sistem pencatatan tersistem dengan menggunakan tablet atau HP, Mitra dibantu memiliki akun sosial media, *marketplace* untuk di akses dan di audit ke efektifanya.
- 2) Mitra memiliki kemampuan pengelolaan database melalui sistem SMARK.
- 3) Mitra mahir mengelola akun sosial media
- 4) Mitra memiliki pengetahuan mengenai produk produk finansial sebagai bentuk investasi yang aman.
- 5) Mitra Mengalami Peningkatan Keterampilan Pengelolaan Usaha

Pelatihan dan pendampingan pelatihan penggunaan sistem ini dilaksanakan bersamaan dengan pemberian sosialisasi mengenai finansial literasi produk produk investasi.

Implementasi sistem Audit pemasaran ini merupakan suatu cara untuk mengetahui bagaimana penilaian terhadap performa suatu organisasi secara keseluruhan, hasil yang didapatkan dari audit pemasaran ini merupakan *feedback* (umpan balik) yang akurat dan terintegrasikan dalam suatu sistem, sehingga diharapkan umpan balik tersebut merupakan suatu informasi yang bernilai bagi suatu organisasi bisnis. Informasi bernilai tersebut merupakan suatu *Intangible Resource base* (sumber daya yang tidak terlihat) dimana informasi tersebut dapat menjadi suatu panduan dalam *decision making* sebuah institusi.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM menggunakan metode pelatihan dan pendampingan audit pemasaran serta pengenalan investasi pada UKM binaan STIE Ekuitas. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara *online* maupun *offline* dalam jangka waktu yang berbeda.

Adapun pelaksanaan kegiatan PKM ini meliputi: Tahapan persiapan mitra dengan membantu memenuhi syarat standar penggunaan data yang akan digunakan untuk audit, penerapan sistem pada mitra UKM, Sosialisasi penggunaan sistem mengenai kondisi pra dan pasca penggunaan Marketing Audit), dan pengoreasian sistem Marketing Audit. Partisipasi mitra diarahkan dengan ikut serta dalam setiap proses, dari persiapan hingga pendampingan dan pelatihan melaksanakan audit pemasaran maupun tahapan evaluasi. Kegiatan sosialisasi dan edukasi literasi investasi juga digabungkan dalam tahapan ini.

Pada tahapan persiapan, Kelompok Mitra 1 (Sudah mahir dalam digitalisasi) dan Mitra 2 (Masih awam produk digital) sudah dilibatkan dalam tahapan pengumpulan data penjualan, data bahan baku, kegiatan promosi dan lainnya. Kedua mitra dilibatkan aktif dalam kegiatan pelaksanaan, terutama dalam perubahan sistem pencatatan manual menuju pencatatan tersistem, terlibat dalam pendampingan dan pengelolaan database dan juga pada terlibat aktif pada saat kegiatan pendampingan dan

pelatihan pemasaran online. Diakhir kegiatan Mitra juga terlibat dalam tahapan Evaluasi.

Pada tahapan pelaksanaan, audiens akan diberikan bimbingan teknis mengenai penggunaan aplikasi serta sosialisasi literasi investasi. Adapun sistem Smark yang akan dilatihkan digambarkan berikut ini :

Adapun SMARK Application system ini juga merupakan suatu Upaya meningkatkan melek digital dan praktek tata Kelola yang baik dalam rangka UMKM naik kelas (9) telah terdaftar pada playstore dengan link sebagai berikut:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.smark2022>

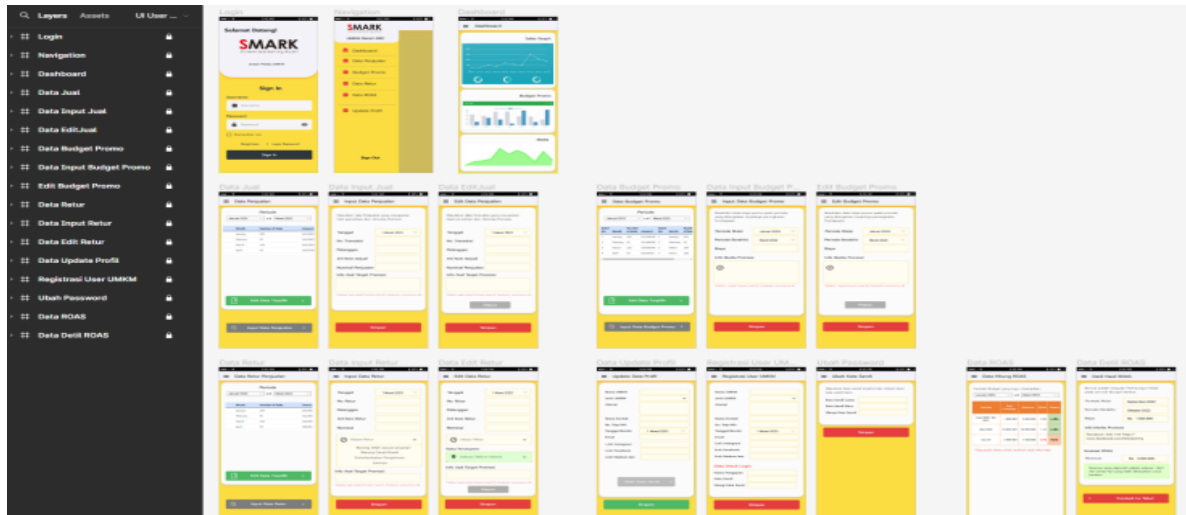
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Kota Bandung terkait audit pemasaran menggunakan Sistem SMARK yaitu dari 10 undangan terpilih menjadi mitra PKM kami, 7 diantaranya yang berkenan untuk hadir dan ikut serta dalam acara pelatihan serta pendampingan PKM untuk audit pemasaran dan pengenalan

investasi UMKM. Proses pelatihan serta pendampingan dilakukan dilakukan secara *online* maupun *offline*.

untuk pengertian sistem audit marketing dan pengenalan investasi agar sebagai bahan rujukan atau pegangan bagi UMKM dalam penerapan dalam bisnisnya nanti.

Dari hasil pengamatan setelah dilakukannya pelatihan, dapat penulis simpulkan bahwa kegiatan pengabdian implementasi SMARK UMKM dan pengenalan investasi ini memberikan dampak yang cukup baik kepada peserta pelatihan, menambah pengetahuan peserta pelatihan dalam strategi audit marketing. Dalam pelatihan, para UMKM disediakan manual book atau modul SMARK yang dapat dijadikan pegangan untuk melakukan pengaplikasian audit sistem marketing dalam aplikasi. Disediakan juga bahan presentasi penggunaan aplikasi SMARK untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi bisnis, melakukan rencana investasi, melakukan diversifikasi penempatan uang dingin, dan juga pemilihan produk investasi.



**Gambar 2: Tampilan Aplikasi SMARK UMKM**

Sumber : [play.google.com/store/apps](https://play.google.com/store/apps)

Sebagai bentuk luaran pengabdian peserta para UMKM diberikan manual book SMARK, bahan presentasi sistem audit marketing, dan bahan presentasi pengenalan investasi yang diharapkan dapat membantu mereka dalam memahami materi-materi yang disampaikan pada saat pelatihan.

Dari hasil pengamatan setelah dilakukannya pelatihan, dapat penulis simpulkan bahwa kegiatan pengabdian implementasi SMARK UMKM dan pengenalan investasi ini memberikan dampak yang cukup baik kepada peserta pelatihan, menambah pengetahuan peserta pelatihan dalam strategi audit marketing, penggunaan aplikasi SMARK untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi bisnis, melakukan rencana investasi, melakukan diversifikasi penempatan uang dingin, dan juga pemilihan produk investasi.

Sebagai bentuk luaran pengabdian peserta para UMKM diberikan manual book SMARK, bahan presentasi sistem audit marketing, dan bahan presentasi pengenalan

investasi yang diharapkan dapat membantu mereka dalam memahami materi-materi yang disampaikan pada saat pelatihan

Pelatihan pada sesi selanjutnya adalah Pemaparan materi literasi investasi bagi UMKM mengandung 3 materi inti, yaitu:

1. Gambaran Literasi dan Investasi Masyarakat Indonesia diharapkan untuk menjadi motivasi dan juga acuan bagi para UMKM untuk memahami tentang pentingnya bagi masyarakat Indonesia khususnya pelaku ekonomi untuk bisa mengenal investasi dan keuangan dengan baik. Dalam penyampaian materi ini dijelaskan tentang hal-hal sebagai berikut:

Tujuan kedua dari PKM ini adalah bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pemahaman mengenai literasi investasi bagi UMKM. Berikut ini pelaksanaan pelatihan, diantaranya memberikan wawasan mengenai latar belakang Literasi dan inklusi keuangan OJK, khususnya tentang target inklusi keuangan 90% di tahun 2024 dan perlunya program

literasi dan inklusi keuangan; Data tentang masih rendahnya pemahaman masyarakat Indonesia dalam memahami karakteristik produk serta layanan Jasa keuangan sehingga perlu dilakukannya kegiatan penambahan wawasan pada UMKM mengenai literasi keuangan dan investasi (10) Dijelaskan bahwa dari sta terakhir yang dirilis SNLK pada tahun 2022, Indeks literasi keuangan berada di angka 50%, sementara indeks inklusi keuangan ada di angka 85%;

Dijelaskan bahwa efek dari kurangnya literasi investasi, banyak masyarakat Indonesia yang terjebak investasi bodong atau penipuan investasi. Dari data OJK, nilai kerugian dari investasi ilegal pada tahun 2022 bisa mencapai 112 Triliun rupiah.

Penjelasan mengapa UMKM perlu untuk Investasi diharapkan dapat memberikan *awareness* bagi para UMKM bahwa selain investasi dapat memberikan keuntungan dari kas dingin dan mempercepat BEP dalam usaha, juga dapat menjaga stabilitas nilai uang dari inflasi. Dalam penyampaian materi ini dijelaskan tentang hal-hal sebagai berikut:

Pengaruh dari inflasi yang dapat menurunkan nilai uang yang tidak diinvestasikan dalam jangka panjang; Nilai waktu dari uang; Manfaat lebih dini dalam mulai berinvestasi, yaitu memberikan keuntungan lebih daripada yang telat memulai;

Manfaat dari *compounding interest*; Simulasi investasi menggunakan konsep *compounding interest* beserta dengan perbandingan

instrumen-instrumen investasi seperti tabungan, deposito, obligasi, dan saham.

Penjelasan macam-macam Pilihan Instrumen Investasi dapat digunakan oleh para UMKM untuk bisa memilih instrumen atau aset investasi apa sajakah yang sesuai dengan kebutuhan investasi, tujuan investasi, jangka waktu investasi, serta profil risiko masing-masing peserta. Dalam penyampaian materi ini dijelaskan tentang hal-hal sebagai berikut:

Macam-macam instrumen investasi dari mulai yang tradisional sampai dengan yang modern, seperti real estate, emas, deposito, obligasi, saham, reksadana, crypto, hingga P2P lending;

Kinerja historis dari tertinggi sampai terendah beberapa kelas aset dalam 10 tahun terakhir;

Bahan-bahan tersebut disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan peserta pelatihan dalam memahami setiap materi yang ada di dalam bahan tersebut.

## **PENUTUP**

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, maka terdapat dua hasil sesuai dengan tujuan pengabdian yang dirumuskan, yaitu :

1. Peningkatan Pengetahuan dan Kapasitas UMKM. Pelatihan dan pendampingan menggunakan Sistem SMARK berhasil memberikan dampak positif bagi UMKM, dengan peningkatan pemahaman peserta terhadap strategi audit pemasaran dan pengelolaan bisnis secara



efisien melalui aplikasi SMARK. Selain itu, edukasi literasi investasi melengkapi wawasan peserta dalam merencanakan investasi, diversifikasi aset, dan memilih instrumen investasi yang sesuai, sehingga mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik.

## 2. Dukungan Materi Edukasi dan Praktis

Sebagai luaran kegiatan, peserta mendapatkan manual book, bahan presentasi audit pemasaran, dan literasi investasi yang dirancang untuk memudahkan implementasi pengetahuan dalam bisnis mereka. Materi yang diberikan mencakup pengenalan instrumen investasi, manfaat compounding interest, dan pentingnya perlindungan nilai uang dari inflasi, sehingga UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan menjaga keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kedua hasil pengabdian di atas, maka disimpulkan juga sebagai hasil hilirisasi maka Sistem SMARK dan marketing audit sangat penting bagi UMKM karena memungkinkan mereka untuk mengevaluasi dan meningkatkan strategi pemasaran mereka secara sistematis. Ini adalah langkah krusial dalam meningkatkan profesionalisme dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Dengan menggunakan sistem seperti SMARK, UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih informasi dan strategis,

yang pada akhirnya dapat meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian ini, penulis dapat memberikan kontribusi nyata kepada UMKM melalui berbagai bentuk pendampingan. Salah satunya adalah dengan memberikan wawasan dan bimbingan kepada mitra UMKM dalam penggunaan Sistem SMARK Marketing Audit, sehingga mereka dapat melakukan audit pemasaran secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup sosialisasi mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik serta pemanfaatan instrumen investasi yang aman dan menguntungkan. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan bagi UMKM agar mereka dapat mengelola keuangan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Lestari R, Syahyuti, Mulia Wibawa B, Endayani F, Setyawati D, Silalahi SAF. Confirmatory factor analysis of marketing performance dimensions: a lesson from SMEs in Malang, Indonesia. *Cogent Bus Manag.* 2024;11(1).
2. Meidina C, Telkom U. Analisis karakteristik wirausahawan dan karakteristik bisnis umkm terhadap kesuksesan umkm (studi pada seven project) analysis of entrepreneurs characteristics and sme characteristics of smes success (study on seven project). 2018;5(1):128–33.
3. Page LEAD, Io N. 2017 Small Business Marketing Trends Report. 2017.
4. Morgan NA, Jayachandran S, Hulland J, Kumar B, Katsikeas C, Somosi A. Marketing performance assessment

- and accountability: Process and outcomes. *Int J Res Mark.* 2022;39(2):462–81.
5. Klinčeková S, Šalgovičová J. the Role of Marketing Audit and Value of Information. *Int J Innov Educ Res.* 2014;2(01):8–13.
  6. Lamberti L, Noci G. Marketing strategy and marketing performance measurement system: Exploring the relationship. *Eur Manag J.* 2010;28(2):139–52.
  7. Lestari R, Wahyono R, Siswati A. E-Marketing Audit sebagai Tools Pengendalian Usaha pada UKM di Kota Malang. 2019;(2016):181–8.
  8. Nuryakin. Competitive advantage and product innovation: Key success of Batik SMEs marketing performance in Indonesia. *Acad Strateg Manag J.* 2018;17(2).
  9. Laksito H, Ratmono D. Increasing the competitiveness of creative industries based on information technology and good corporate governance in central Java. *Int J Data Netw Sci.* 2021;5(2):83–90.
  10. Bawono I, Maulina E, Rizal M, Purnomo M. The Role of Knowledge Management Capability, Financial Literacy, and Problem-Solving Skills on Organizational Performance for SMEs. *Front Psychol.* 2022;13(October):1–3.