

ABSTRAK

Dalam dua tahun terakhir ini, pandemik Covid-19 melanda di banyak negara termasuk Indonesia sehingga pemerintah Indonesia menerapkan pembatasan kegiatan sosial masyarakat guna menghindari penularan kontak fisik secara langsung di muka umum. Dampak dari hal tersebut banyak sekali pihak yang dirugikan termasuk usaha bisnis kecil sehingga banyak usaha yang mulai bangkit dengan mengubah cara penjualan yaitu dengan memanfaatkan penggunaan internet. Berbeda dengan fenomena tersebut, salah satu pengusaha di kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut yaitu D'Wan *Shoes* masih melakukan penjualan secara konvensional dengan menerapkan sistem *Business to Business* (B2B). Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah menyusun dan memetakan strategi bisnis yang baru bagi D'Wan *Shoes* menggunakan *Smart Business Map*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menganalisis pada bagian *Playing Field* dan *Market Landscape* dari D'Wan *Shoes*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa hasil dari kuisioner tersebut masih terdapat kekurangan yang harus dibenahi atau dievaluasi agar lebih jelas dan terstruktur dengan baik. Kesimpulan dari penelitian ini setelah dianalisis dan evaluasi, strategi bisnis berbasis *Smart Business Map* (SBM) yang ditinjau dari *Playing Field* dan *Market Landscape* bagi D'Wan *Shoes* yaitu melakukan riset pasar sebelum meluncurkan produk, memperluas target pasar menjadi ke seluruh Indonesia, membuat inovasi produk seperti model sepatu dan cara penjualan yaitu menyediakan jasa kustom. Jika terjadi hal-hal yang diluar kendali D'Wan *Shoes* seperti kebijakan pemerintah, perubahan teknologi dan perilaku konsumen, D'Wan *Shoes* perlu menyiapkan alternatif ide atau beradaptasi dengan perubahan-perubahan tersebut. D'Wan *Shoes* dapat memanfaatkan proses produksi menjadi *value proposition* perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor. Rencana *campaign* dan promosi akan dilakukan melalui media sosial dengan cara melakukan promosi berbayar dari fitur yang telah ada di beberapa aplikasi (*Facebook Ads*, *Instagram Ads*, *TikTok Ads*), lalu menggunakan jasa *endorsement* dari *influencer*. Untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk D'Wan *Shoes* harus memiliki toko *online* di *marketplace* atau akun media sosial perusahaan.

Kata Kunci : *Smart Business Map*, Strategi Bisnis, Sepatu.