

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang telah melanda banyak negara khususnya Indonesia yang menyebabkan pemerintah Indonesia menerapkan aturan baru dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menghindari penularan virus melalui kontak fisik. Dampak yang ditimbulkan dari penerapan aturan tersebut, banyak pihak yang dirugikan mulai dari bidang pendidikan, sosial, pariwisata bahkan para pengusaha besar dan kecil sehingga banyak pengusaha yang mulai bangkit dengan mengubah strategi penjualan mereka dengan beralih menggunakan internet. Disamping fenomena tersebut, salah satu pengusaha di Kawasan Sentra Gerabah Pagerjuran yaitu Gerabah Istiqomah yang masih melakukan penjualan konvensional dengan menerapkan sistem *Business to Customer* (B2C). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun dan memetakan strategi bisnis baru bagi perusahaan Gerabah Istiqomah dengan menggunakan metode *Smart Business Map*. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis tahapan *Playing Field* dan *Market Landscape* dari Gerabah Istiqomah, data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus hingga jenuh.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa hasil kuisioner tersebut masih terdapat kekurangan yang harus diperbaiki agar lebih jelas. Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini setelah dianalisis dan dievaluasi bahwa strategi bisnis baru dari *Smart Business Map* (SBM) yang ditinjau dari tahapan *Playing Field* dan *Market Landscape* bagi perusahaan Gerabah Istiqomah adalah melakukan *market research* dalam pembuatan produknya, memperluas segmentasi pasar di seluruh Indonesia, membuat inovasi baru seperti model dan warna gerabah sampai dengan cara pemasaran yang dilakukan dengan menyediakan sistem *customize*. Apabila terjadi hal-hal yang diluar kendali perusahaan Gerabah Istiqomah seperti kebijakan pemerintah, perubahan teknologi, *supplier*, kompetitor, dan perilaku konsumen, maka Gerabah Istiqomah memerlukan alternatif-alternatif ide lain dan adaptasi yang cepat untuk perubahan-perubahan yang terjadi. Rencana *campaign* dan promosi yang akan dilakukan melalui media sosial dengan beberapa fitur aplikasi (Tiktok Ads, Google Ads, Instagram Ads, Facebook Ads), membuat konten marketing melalui sosial media, menggunakan jasa *influencer* seperti *endorsement* atau *paid promote*, dan menggunakan live shopping di *marketplace* dan sosial media. Gerabah istiqomah perlu memiliki *online shopping* atau toko online di *marketplace* dan akun media sosial perusahaan untuk memudahkan dalam memperluas target pasar serta memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Smart Business Map, Gerabah.

