

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis berbasis *Smart Business Map* (SBM) bagi Unit Usaha Jasa Perdagangan BUMDesa Wa Hyang Tarumajaya, Indonesia. Penelitian ini dilakukan sebagai respons terhadap dampak pandemic Covid-19 yang signifikan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan Direktur BUMDesa, Manager Unit Usaha Jasa Perdagangan, dan Manajer Unit Usaha Jasa Keuangan. Data sekunder juga digunakan dari sumber yang dikeluarkan oleh pemerintah dan lembaga berwenang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Unit Usaha Jasa Perdagangan mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan era digital dan memanfaatkan platform online sebagai sarana penjualan. Beberapa kendala meliputi kurangnya pembiayaan, pelatihan kemampuan digital yang terbatas, dan kurangnya dukungan kebijakan dan infrastruktur digital. Strategi bisnis berbasis SBM direkomendasikan untuk membantu UMKM meningkatkan kinerja mereka. Strategi ini mencakup pengembangan *Playing Field* untuk memperluas target konsumen, *Market Landscape* untuk memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, serta *Operational Profitability* untuk mengoptimalkan keuntungan usaha.

**Kata Kunci:** BUMDesa, Strategi Pengembangan Bisnis, *Smart Business Map*, Daya Saing.