

Abstrak

Ayam Bakar Madu DimDim adalah UMKM yang berada di desa Banjarparakn Kecamatan Rawalo, Kabupaten Banyumas. Menurut *owner* dari Ayam Bakar Madu DimDim proses bisnis yang dilakukan masih kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Perancangan Strategi bisnis dapat menggunakan framework ICDDT. Metode ini dapat memudahkan untuk mendapatkan informasi yang diambil dari *Customer* agar dapat dibuat strategi bisnis yang dibutuhkan menggunakan bantuan teknologi informasi. Hasil dari penelitian ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh Ayam Bakar Madu DimDim guna meningkatkan kualitas pelayanan. *Virtual Information Space (VIS)* Melakukan upgrade dalam penyebaran informasi, menggunakan media digital dapat menjadi pilihan untuk strategi ini. Membuat dan menjalankan *account* Facebook/Whatsapp/Instagram untuk media informasi. Pada proses menyebarkan informasi didalamnya tercantum menu dari Ayam Bakar Madu DimDim dan harga. *Virtual Communication Space (VCS)* Ayam Bakar Madu DimDim menyediakan layanan komunikasi sebagai tempat pelayanan komunikasi visual. Menyediakan *Account* Whatsapp dan menyediakan nomor ponsel untuk menunjang pelayanan komunikasi visual baik untuk pelayanan pesanan maupun pertanyaan terkait Ayam Bakar Madu yang lain. Ayam Bakar Madu DimDim mengadakan pelatihan untuk karyawan dalam hal komunikasi dengan *customer*. *Virtual Distribution Space (VDS)* Menyediakan layanan Delivery atau antar pesanan guna menunjang berjalanya *VDS*, memberikan pelayanan antar makanan yang dikirim kerumah *customer* dengan ongkos kirim yang terjangkau. *Virtual Transaction Space (VTS)* Ayam Bakar Madu DimDim menyediakan layanan transaksi/pembayaran secara non-tunai atau virtual, akan tetapi tetap menyediakan transaksi secara fisik/tunai. Ayam Bakar Madu DimDim membuat *account* aplikasi DANA serta membuat rekening bank yang dihubungkan dengan mobile/smartphone, lalu mencantumkan nomor DANA atau barcode DANA dan mencantumkan nomor rekening.

Kata Kunci: Strategi; ICDDT; UMKM; E-business