

Optimalisasi Fitur Pemesanan Online Pada Website Warung Nasi Ceu Neni Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Pelanggan

Anggi Muhammad Rifa'i^{1*}, Ardi Pratama², Ahmad Turmudi Zy³, Fajar Lukman Hakim⁴,
Karina Imelda⁵

^{1,3,4,5}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Univeristas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

²Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Univeristas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

anggimuhammad@pelitabangsa.ac.id*

Diterima: 15-08-2026

Direvisi: 17-08-2026

Dipublikasikan: 20-08-2026

Abstrak

Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting bagi usaha mikro dan kecil dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi pelayanan pelanggan. Warung Nasi Ceu Neni yang berlokasi di Desa Heuleut, Kecamatan Leuwimunding, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat, sebelumnya telah memiliki website sebagai media promosi digital. Namun, sistem pemesanan masih memiliki keterbatasan karena pelanggan harus melakukan input pesanan secara manual melalui WhatsApp, sementara navigasi dan tombol aksi belum sepenuhnya mengarahkan pengguna menuju proses transaksi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan fitur pemesanan online pada website Warung Nasi Ceu Neni sehingga proses pemilihan menu dan pemesanan menjadi lebih mudah, cepat, dan terstruktur. Metode pelaksanaan terdiri atas sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta perencanaan keberlanjutan. Implementasi menghasilkan pengembangan antarmuka website yang lebih terstruktur dengan halaman katalog menu, keranjang pemesanan, tombol call-to-action, quick order, integrasi pemesanan melalui WhatsApp, halaman informasi usaha, blog dan berita, serta dashboard administrator untuk mengelola menu dan konten. Hasil implementasi menunjukkan bahwa website telah berkembang dari sekadar media katalog menjadi media digital yang mendukung proses pemesanan pelanggan dan pengelolaan konten oleh mitra. Pengembangan ini memberikan fondasi bagi peningkatan aksesibilitas pelanggan, efisiensi proses transaksi, dan penguatan transformasi digital Warung Nasi Ceu Neni.

Kata Kunci: Online ordering, Quick order, MSMEs, Website, WhatsApp

Abstract

Digital transformation is a crucial strategy for micro and small businesses to expand market access and enhance customer service efficiency. Warung Nasi Ceu Neni, located in Heuleut Village, Leuwimunding District, Majalengka Regency, West Java, previously utilized a website primarily for digital promotion. However, its ordering system had limitations; customers had to place orders manually via WhatsApp, and the site's navigation and action buttons did not effectively guide users through the transaction process. This community service initiative aimed to optimize the online ordering features of the Warung Nasi Ceu Neni website, making menu selection and ordering easier, faster, and more structured. The implementation process encompassed outreach, training, technology deployment, mentoring and evaluation, and sustainability planning. The project resulted in a more structured website interface featuring a menu catalog, shopping cart, call-to-action buttons, a quick-order function, WhatsApp order integration, a business information page, a blog/news section, and an administrator dashboard for managing menus and content. The results demonstrate that the website has evolved from a simple catalog into a digital platform that facilitates customer ordering and content management by the business owner. This development establishes a foundation for improved customer accessibility, more efficient transaction processes, and the advancement of Warung Nasi Ceu Neni's digital transformation.

Keywords: Digital transformation, MSMEs, Online ordering, Quick order, Website, WhatsApp

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus menjadi salah satu sektor yang semakin membutuhkan pemanfaatan teknologi digital [1]. Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, menyediakan informasi produk secara lebih mudah, serta meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing usaha melalui pelayanan yang lebih cepat dan efisien [2].

Warung Nasi Ceu Neni merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang telah beroperasi sejak tahun 2013 dan berlokasi di Desa Heuleut, Kecamatan Leuwimunding, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat [3]. Warung ini menyediakan berbagai menu makanan harian dan produk khas daerah, termasuk ikan benteur. Lokasinya berada di lingkungan pemukiman, dekat dengan sekolah, serta berada pada kawasan yang memiliki mobilitas masyarakat dan wisatawan sehingga memiliki potensi untuk mengembangkan jangkauan pasar. Kondisi tersebut menjadikan pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu alternatif untuk memperkuat pemasaran dan pelayanan pelanggan.

Kegiatan pengabdian sebelumnya telah menghasilkan website dasar bagi Warung Nasi Ceu Neni yang digunakan sebagai katalog menu sekaligus media promosi digital. Website tersebut juga telah memiliki integrasi awal dengan WhatsApp untuk mendukung komunikasi pemesanan. Pengembangan tersebut menjadi tahap awal transformasi digital yang sebelumnya masih banyak mengandalkan promosi konvensional dan WhatsApp Story.

Meskipun demikian, evaluasi terhadap sistem sebelumnya menunjukkan bahwa proses pemesanan masih dilakukan secara manual. Pelanggan belum memperoleh mekanisme pemilihan menu yang terstruktur dan harus mengetik kembali informasi pesanan melalui WhatsApp. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kesalahan input, memperpanjang proses transaksi, dan menurunkan kenyamanan pelanggan. Selain itu, navigasi website dan tombol call-to-action belum sepenuhnya diarahkan untuk mengubah pengunjung website menjadi pelanggan.

Permasalahan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian lanjutan dengan fokus pada optimalisasi fitur pemesanan online [4]. Solusi yang dirancang meliputi pengembangan sistem pemesanan semi-otomatis berbasis WhatsApp, tombol call-to-action, fitur quick order, penyederhanaan navigasi, desain yang lebih ramah perangkat mobile, dan standarisasi informasi pemesanan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas pelanggan dalam melakukan pemesanan secara cepat dan efisien, meningkatkan kualitas user experience, serta memperkuat fungsi website sebagai sarana transaksi digital bagi Warung Nasi Ceu Neni. Tujuan tersebut juga diarahkan untuk mendukung peningkatan potensi transaksi dan keberlanjutan transformasi digital usaha mitra.

Berdasarkan evaluasi terhadap kondisi website sebelumnya, terdapat lima permasalahan utama yang menjadi dasar pengembangan:

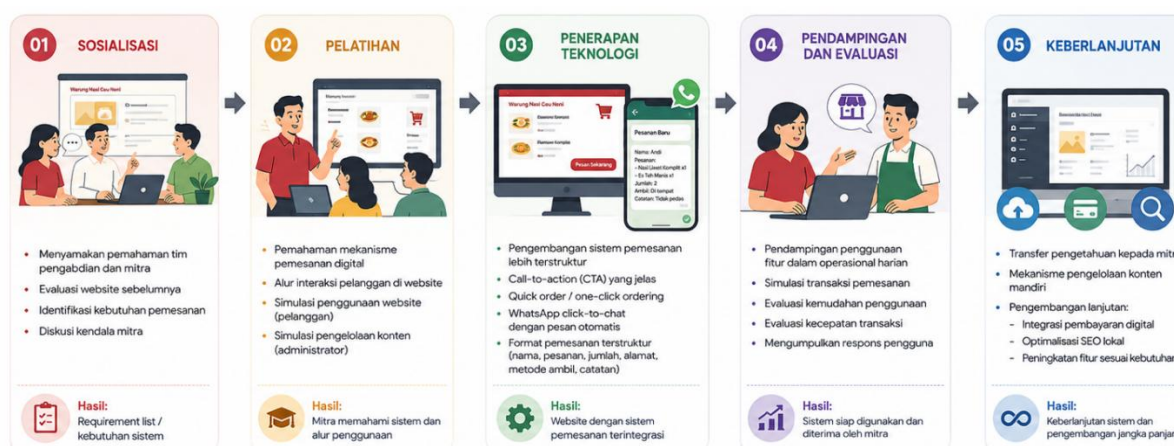
1. Sistem sebelumnya masih mengandalkan komunikasi melalui WhatsApp tanpa format pemesanan yang terstandarisasi. Pelanggan perlu mengetik ulang menu dan jumlah pesanan

secara manual. Kondisi ini dapat menyebabkan kesalahan input serta memperpanjang proses pemesanan.

2. Navigasi website sebelumnya belum sepenuhnya mengarahkan pengguna menuju proses pembelian. Tombol seperti “Pesan Sekarang” juga belum optimal dalam aspek posisi maupun penekanan visual.
3. Pelanggan belum dapat melakukan pemesanan secara cepat langsung dari katalog. Beberapa langkah tambahan masih diperlukan sebelum pelanggan dapat mengirimkan pesanan.
4. Informasi seperti nama pelanggan, pesanan, jumlah, alamat, metode pengambilan, dan catatan belum tersusun dalam format yang konsisten. Proposal menetapkan format transaksi terstruktur sebagai salah satu solusi untuk mengurangi miskomunikasi antara pelanggan dan mitra.
5. Website sebelumnya lebih berfungsi sebagai katalog informasi dibandingkan sarana transaksi. Oleh karena itu, pengembangan diarahkan agar website memiliki alur yang lebih jelas dari melihat menu, memilih produk, memasukkan pesanan, melakukan konfirmasi pemesanan.

METODE

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan penerapan teknologi digital melalui pengembangan dan optimalisasi website. Metode terdiri atas lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Tahapan tersebut sesuai dengan rancangan metode pada proposal pengabdian sesuai pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Sosialisasi

Tahap awal dilakukan untuk menyamakan pemahaman antara tim pengabdian dan mitra mengenai permasalahan website serta kebutuhan pengembangan. Kegiatan mencakup evaluasi website sebelumnya, identifikasi kebutuhan pemesanan, dan diskusi mengenai kendala yang dialami mitra. Hasil tahap ini digunakan sebagai dasar penyusunan kebutuhan sistem [5].

Pelatihan

Mitra diberikan pemahaman mengenai mekanisme pemesanan digital dan alur interaksi pelanggan dengan website. Pelatihan juga mencakup simulasi penggunaan website dari sisi pelanggan dan pengelolaan konten dari sisi administrator.

Penerapan Teknologi

Tahap ini merupakan inti kegiatan. Website dikembangkan dengan menambahkan sistem pemesanan yang lebih terstruktur, call-to-action, quick order, serta penyederhanaan navigasi [6]. Proposal merancang penggunaan WhatsApp click-to-chat dengan pesan otomatis, one-click ordering, dan format pemesanan yang mencakup nama, pesanan, jumlah, alamat, metode pengambilan, serta catatan.

Pendampingan dan Evaluasi

Setelah implementasi, dilakukan pendampingan kepada mitra untuk memastikan fitur dapat digunakan dalam operasional sehari-hari. Evaluasi mencakup simulasi transaksi, kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan respons pengguna.

Keberlanjutan

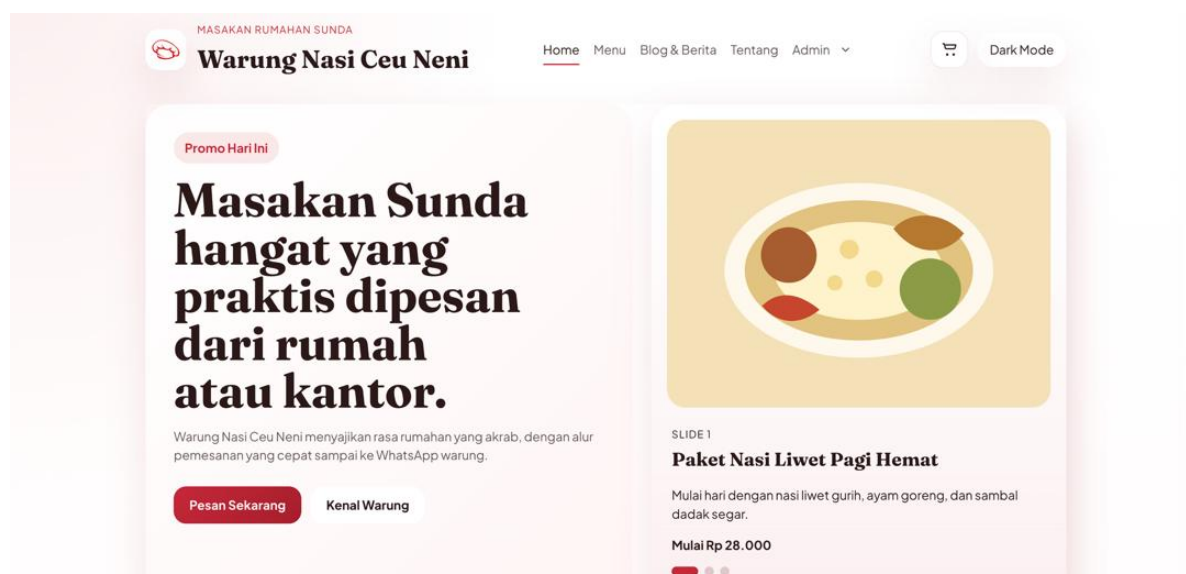
Tahap keberlanjutan dilakukan melalui transfer pengetahuan kepada mitra serta penyediaan mekanisme pengelolaan konten. Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada integrasi pembayaran digital dan optimalisasi SEO lokal sebagaimana direncanakan dalam proposal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Implementasi Website

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website Warung Nasi Ceu Neni telah dikembangkan menjadi platform yang tidak hanya berfungsi sebagai katalog produk, tetapi juga menyediakan struktur pemesanan dan pengelolaan konten. Antarmuka website menggunakan pendekatan visual yang sederhana dengan dominasi warna putih, merah, dan nuansa krem yang sesuai dengan identitas usaha kuliner rumahan yang dapat dilihat pada Gambar 2. Tampilan dirancang dengan komponen berbentuk card, tombol aksi yang jelas, serta struktur navigasi yang konsisten. Halaman utama menampilkan identitas Warung Nasi Ceu Neni, menu navigasi, promosi, tombol “Pesan Sekarang”, dan informasi produk unggulan.

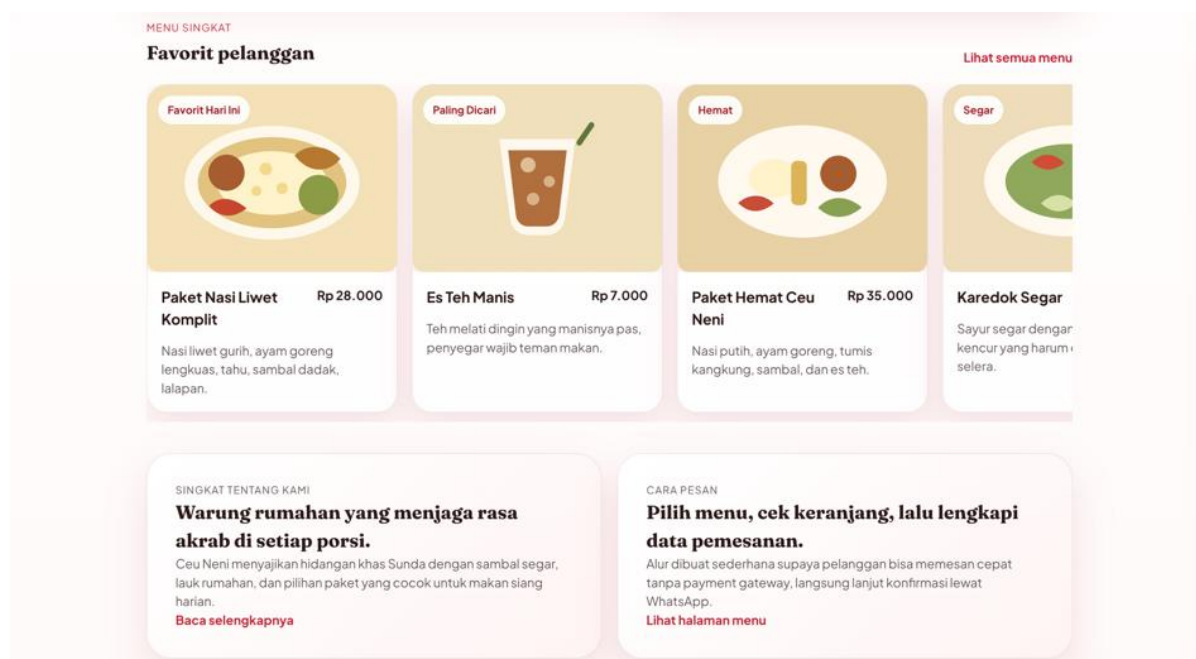


Gambar 2. Halaman utama website Warung Nasi Ceu Neni

Berdasarkan screenshot hasil implementasi, halaman utama telah menyediakan beberapa elemen penting untuk mendukung konversi pengguna, antara lain tombol Pesan Sekarang, Kenal Warung, katalog menu singkat, serta akses menuju halaman menu. Hal ini menunjukkan adanya perubahan orientasi website dari sekadar penyampaian informasi menuju pengalaman pengguna yang lebih berorientasi pada pemesanan.

Pengembangan Katalog dan Quick Order

Halaman Menu menjadi komponen utama dalam proses pemesanan. Berdasarkan hasil implementasi, halaman ini menyediakan katalog makanan yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori seperti Paket Komplit, Nasi, Lauk, Sayur, dan Minuman. Pengguna juga dapat melakukan pencarian menu dan memilih tampilan katalog dalam bentuk kolom maupun daftar yang dapat dilihat pada Gambar 3.

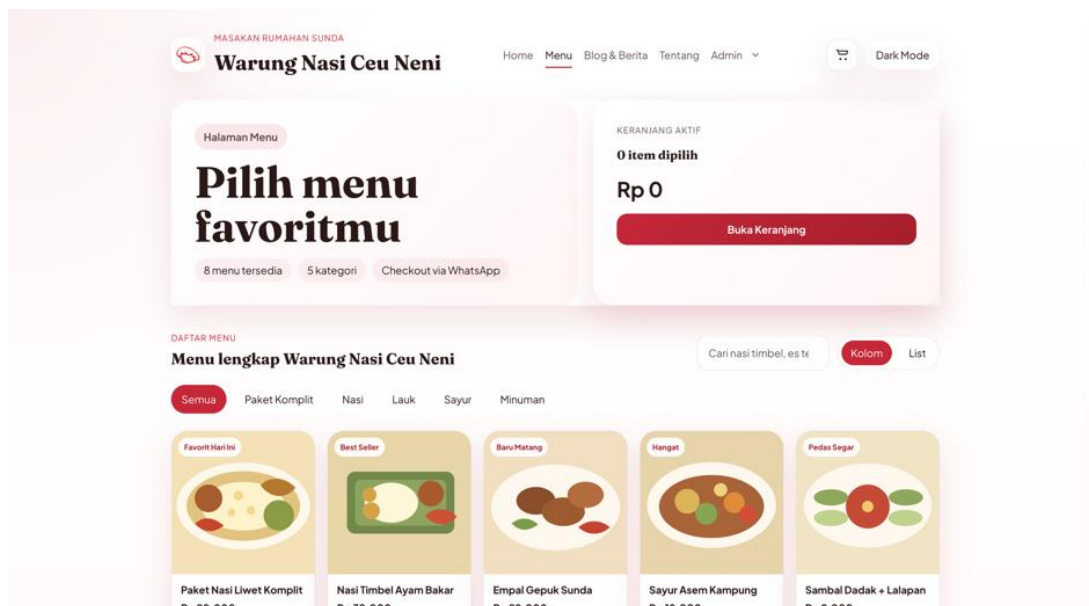


Gambar 3. Halaman Menu dan katalog produk

Setiap produk dilengkapi nama dan harga sehingga pelanggan dapat melakukan identifikasi produk dengan cepat. Implementasi tersebut sesuai dengan rancangan solusi quick order yang menempatkan tombol pemesanan pada katalog sehingga pelanggan dapat mengurangi langkah tambahan dalam proses pembelian.

Implementasi Keranjang Pemesanan

Salah satu pengembangan penting adalah keberadaan keranjang aktif pada halaman Menu. Pada hasil implementasi, bagian keranjang menampilkan jumlah item yang dipilih serta total nilai transaksi. Ketika belum terdapat produk, sistem menampilkan kondisi “0 item dipilih” dan total Rp0 yang dapat dilihat pada Gambar 4.

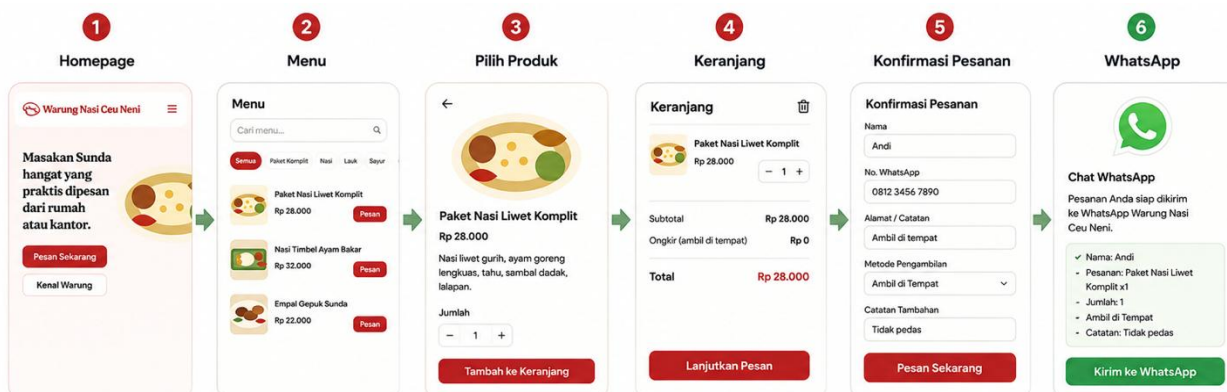


Gambar 4. Komponen keranjang pemesanan

Keberadaan keranjang memberikan struktur yang lebih jelas dalam proses pemesanan karena pelanggan dapat terlebih dahulu memilih beberapa produk sebelum melanjutkan proses transaksi. Dengan demikian, alur pemesanan menjadi lebih terstruktur dibandingkan mekanisme sebelumnya yang mengharuskan pelanggan langsung mengetik pesanan secara manual melalui WhatsApp.

Optimalisasi Call-to-Action

Website hasil implementasi menggunakan tombol aksi yang lebih menonjol seperti “Pesan Sekarang”, “Buka Keranjang”, “Lihat semua menu”, dan “Lihat halaman menu”. Penggunaan CTA tersebut memberikan jalur navigasi yang lebih jelas bagi pelanggan. Secara konseptual, alur pengguna dapat dilihat pada Gambar 5.

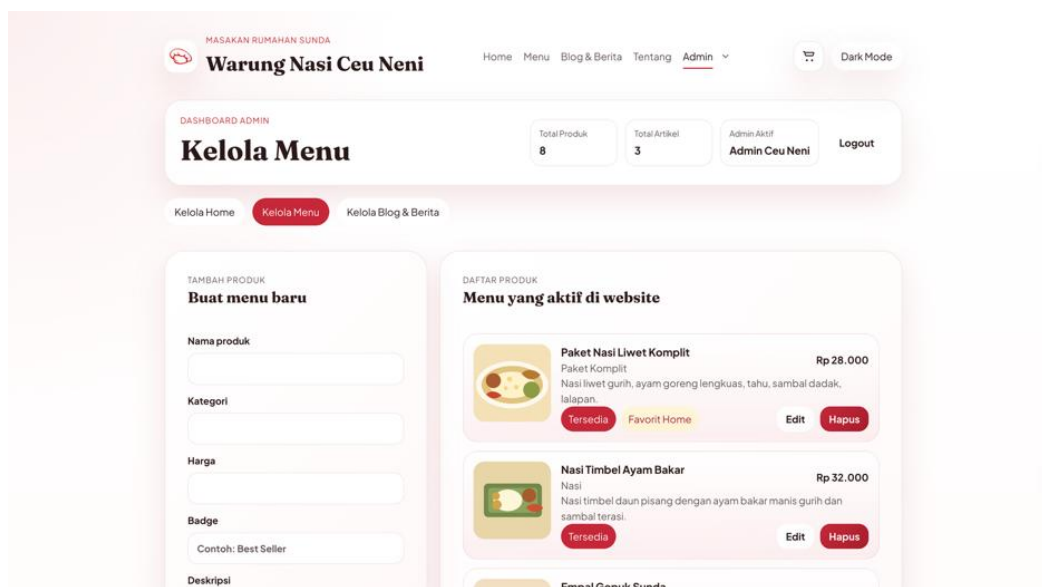


Gambar 5. Alur pengguna

Penyederhanaan alur tersebut sejalan dengan target rancangan pengabdian yang menetapkan navigasi sederhana dengan maksimal tiga klik menuju proses pemesanan.

Dashboard Pengelolaan Menu

Pengembangan website tidak hanya ditujukan untuk pelanggan, tetapi juga untuk meningkatkan kemudahan mitra dalam mengelola konten. Hasil implementasi menunjukkan adanya Dashboard Admin dengan menu pengelolaan Home, Menu, serta Blog & Berita yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Dashboard Admin – Pengelolaan Menu

Pada halaman pengelolaan menu, administrator dapat menambahkan produk baru melalui beberapa atribut, antara lain Nama produk, Kategori, Harga, Badge, Deskripsi. Daftar produk yang telah tersedia juga dapat dikelola melalui tombol Edit dan Hapus. Fitur tersebut memberikan kemampuan kepada mitra untuk melakukan pembaruan informasi menu tanpa harus melakukan perubahan secara langsung pada kode program.

PEMBAHASAN

Hasil implementasi menunjukkan adanya beberapa perubahan penting dibandingkan kondisi awal website yang dapat dilihat pada Tabel 1 [2].

Tabel 1. Perbandingan sistem sebelumnya dengan yang dikembangkan

Aspek	Kondisi Sebelumnya	Hasil Implementasi
Katalog	Informasi menu	Katalog menu terstruktur
Pemesanan	Manual melalui WhatsApp	Alur pemesanan melalui katalog dan keranjang
CTA	Belum optimal	Pesan Sekarang dan CTA lainnya
Quick Order	Belum tersedia optimal	Pemilihan produk dari katalog
Keranjang	Belum tersedia	Keranjang aktif dan total transaksi
Navigasi	Belum terarah	Home–Menu–Blog–Tentang–Admin
Konten	Terbatas	Menu + Blog & Berita
Administrasi	Terbatas	Dashboard pengelolaan menu dan artikel
Lokasi	Informasi terbatas	Integrasi peta lokasi
Pengelolaan menu	Tidak fleksibel	CRUD menu melalui dashboard

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian telah menghasilkan pengembangan yang sesuai dengan permasalahan prioritas mitra. Proposal sebelumnya mengidentifikasi bahwa

website belum optimal sebagai alat transaksi karena proses pemesanan masih manual, tidak adanya auto-selection, dan belum optimalnya CTA. Hasil implementasi memperlihatkan bahwa komponen website kini lebih diarahkan untuk mendukung perjalanan pengguna dari tahap menemukan informasi hingga memilih produk dan melakukan pemesanan.

Namun demikian, berdasarkan bukti yang tersedia pada tahap ini, hasil kegiatan belum dapat digunakan untuk menyatakan peningkatan omzet, jumlah transaksi, atau persentase konversi secara kuantitatif karena data sebelum dan sesudah implementasi belum disediakan. Oleh sebab itu, keberhasilan kegiatan pada artikel ini lebih tepat dinyatakan dalam bentuk hasil implementasi fungsional dan peningkatan kesiapan digital mitra, sementara pengukuran dampak ekonomi dapat dilakukan pada tahap monitoring berikutnya. Pendekatan tersebut juga konsisten dengan rancangan evaluasi proposal yang mengarahkan pengukuran pada kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan respons pelanggan melalui observasi, wawancara, serta perbandingan sebelum dan sesudah implementasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Warung Nasi Ceu Neni berhasil melakukan optimalisasi website sebagai bagian dari penguatan transformasi digital UMKM yang dapat diakses pada halaman website <https://www.ceuneni.com/>. Pengembangan dilakukan dengan mengatasi permasalahan utama pada sistem sebelumnya, khususnya proses pemesanan yang masih manual, navigasi yang belum optimal, dan keterbatasan akses pelanggan terhadap proses transaksi. Hasil implementasi menghasilkan website dengan katalog menu yang lebih terstruktur, keranjang pemesanan, call-to-action, mekanisme quick order, halaman profil usaha, Blog & Berita, integrasi lokasi, serta dashboard administrator untuk pengelolaan menu dan konten.

Dari sisi mitra, keberadaan dashboard memungkinkan pengelolaan informasi produk dan artikel dilakukan secara lebih mandiri. Dari sisi pelanggan, struktur katalog dan keranjang memberikan alur pemesanan yang lebih jelas dan praktis dibandingkan mekanisme pemesanan manual sebelumnya.

Dengan demikian, kegiatan ini telah memenuhi tujuan utama pengabdian berupa peningkatan kesiapan dan aksesibilitas pemesanan digital Warung Nasi Ceu Neni. Meskipun demikian, pengukuran dampak terhadap peningkatan jumlah transaksi dan omzet masih memerlukan monitoring lanjutan menggunakan data kuantitatif sebelum dan sesudah implementasi. Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada integrasi pembayaran digital, penguatan SEO lokal, serta analisis data transaksi untuk mengukur tingkat konversi pelanggan secara lebih objektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pelita Bangsa melalui program Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Internal yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Warung Nasi Ceu Neni sebagai mitra kegiatan atas partisipasi, penyediaan data usaha, pemberian masukan, serta keterlibatan dalam proses implementasi dan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. T. Novitasari, "Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpp/>

- Pemerintah,” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, vol. 9, no. 2, p. 184, Dec. 2022, doi: 10.30998/jabe.v9i2.13703.
- [2] Buci Morisson and Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri, “Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital,” *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, vol. 18, no. 1, pp. 289–299, Jul. 2025, doi: 10.51903/e-bisnis.v18i1.2215.
- [3] A. M. Rifa’i, Amali, A. Pratama, and Y. Yulianto, “Penerapan Website Dasar untuk Digitalisasi Warung Nasi Ceu Neni dalam Mendukung Pemasaran Online,” *Jurnal Pelita Pengabdian*, vol. 4, no. 1, Feb. 2026.
- [4] Wahyuddin Bagenda, Mira Veranita, R. Oke Andikarya, Tresna Budiarti, Redi Setiyadi, and Ghufuran Al Fikri, “Optimalisasi Penggunaan Online Marketplace Pada UMKM ‘Cahaya Dua Kitri Enterprise’ Jelekong-Baleendah Kabupaten Bandung,” *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 6, no. 1, pp. 582–597, Jan. 2025, doi: 10.37339/jurpikat.v6i1.2295.
- [5] R. D. Puspita and K. Haryono, “Pengembangan Sistem Informasi Pemesanan Custom Furniture Berbasis Website Pada PT.Sole Globalindo,” *Technologia : Jurnal Ilmiah*, vol. 16, no. 4, p. 791, Oct. 2025, doi: 10.31602/tji.v16i4.20570.
- [6] D. H. I Gusti Ngurah, D. I. I Gusti Ayu Agung, and S. M. Gede, “IMPLEMENTASI SCRUM DALAM PENGEMBANGAN WEBSITE SISTEM INFORMASI GO.GRILLED,” *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, vol. 23, no. 1, pp. 35–47, Jan. 2026, doi: 10.23887/jptk-undiksha.v23i1.110613.