

Vol. 4 No. 2 September 2025

E-ISSN : 2962-8628

# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL MAHASISWA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI (SENAFTI)

*"Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin"*

- **Cyber Security**
- **Programming**
- **Artificial Intelligence**
- **Information System**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI**

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260

<https://senafti.budiluhur.ac.id/>

# STEERING COMMITTEE

## **Pelindung**

Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

## **Penanggung Jawab**

Dr. Ir. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I

## **Ketua Pelaksana**

Dr. Moh. Syafrullah, M.Kom., M.Sc

## **Wakil Ketua Pelaksana**

Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

## **Sekretaris**

Retno Wulandari, S.Kom., M.Kom.

## **Bendahara**

1. Widodo MS, S.Kom
2. Noni Juliasari, S.Kom., M.Kom.

## **Humas, Publikasi, Dokumentasi dan Desain**

1. Reva Ragam Santika, S.Kom., M.M., M.Kom
2. Rizka Tiaharyadini, S.Kom., M.M., M.Kom
3. Fahmi AkhtarRakaiz

## **Acara**

1. Dr. Indra, S.Kom., M.T.I
2. Windarto, S.Kom., M.Kom
3. Agnes Aryasanti, S.Kom., M.Kom

## **Pengelola Makalah dan Mitra Bestari**

1. Wahyu Pramusinto, S.Kom., M.Kom
2. Kukuh Harsanto, S.Kom., M.Kom
3. Dian Anubhakti, S.Kom., M.Kom

### **Pengelola Editor dan Jurnal**

1. Rizky Pradana, S.Kom., M.Kom
2. Indah Puspasari Handayani, S.Kom., M.Kom
3. Yesi Puspita Dewi, S.Kom., M.Kom
4. Hadidtyo Wisnu Wardani, S.Kom., M.Kom
5. Sri Wahyuningsih, S.Kom., M.Kom
6. Ikhsan Rahdiana, S.Kom., M.Kom
7. Jeremy Jonathan, S.Kom., M.Kom
8. Anwar Rifai, M.Kom
9. Iman Permana, S.Kom, M.Kom

### **Pengelola Teknologi Informasi**

1. Sovan Dianarto, S.Kom.
2. Dolly Virgian Shaka Yudha Shakti, S.Kom., M.Kom.

# REDAKSI

Pelindung : Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc  
Penanggung Jawab : Dr. Ir. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I  
Ketua Pelaksana : Dr. Moh. Syafrullah, M.Kom., M.Sc  
Wakil Ketua Pelaksana : Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

## **Wakil Ketua Redaksi :**

1. Wahyu Pramusinto, S.Kom., M.Kom
2. Kukuh Harsanto, S.Kom., M.Kom
3. Dian Anubhakti, S.Kom., M.Kom

## **Redaksi Pelaksana :**

1. Rizky Pradana, S.Kom, M.Kom
2. Indah Puspasari Handayani, S.Kom., M.Kom.
3. Devit Setiono, S.Kom., M.Kom.
4. Jeremy Jonathan, S.Kom., M.Kom.
5. Yesi Puspita Dewi, S.Kom., M.Kom.
6. Hadidtyo Wisnu Wardani, S.Kom., M.Kom.
7. Sri Wahyuningsih, S.Kom, M.Kom.
8. Anwar Rifai, M.Kom
9. Iman Permana, S.Kom, M.Kom

## MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. (Universitas Muhammadiyah Semarang)
2. Dr. Suwanto raharjo, S.Si., M.Kom (IST AKPRIND Yogyakarta)
3. Dr. EH. Riyadi, MTL. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
4. Dr. Budi Rahmani, S.Pd., M.Kom. (STMIK Banjarbaru)
5. Dr. Hamdani (Universitas Mulawarman)
6. Dr. Ir. Didit Suprihanto, S.T., M.Kom., IPM (Univ. Mulawarman)
7. Dr. Nanang Triagung Edi Hermawan, M.T. (BAPETEN)
8. Dr. Khoerul Anwar, ST, MT (STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA)
9. Dr. Ir. Ridowati Gunawan, S.Kom., M.T. (Universitas Sanata Dharma)
10. Dr. Ir. Mardi Hardjianto, M.Kom. (Universitas Budi Luhur)
11. Dr. Ir. Goenawan Brotosaputro, S.Kom., M.Sc. (Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur )
12. Dr. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I (Universitas Budi Luhur)
13. Dr. Ir. Deni Mahdiana, S.Kom, M.M, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
14. Dr. Darwan, M.Kom. (IAIN Syekh Nurjati Cirebon)
15. Dr. Ir. Gandung Triyono, S.Kom., M.Kom (Universitas Budi Luhur)
16. Dr. Aji Supriyanto, S.T., M.Kom (Universitas Stikubank)
17. Dr. Jumi, S.Kom, M.Kom. (Politeknik Negeri Semarang)
18. Dr. Aris Sugiharto, S.Si, M.Kom (Universitas Diponegoro)
19. Dr. Anindita Septiarini, S.T., M.Cs. (Universitas Mulawarman)
20. Dr. Imelda, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
21. Dr. Ir. Utomo Budiyanto, M.Kom., M.Sc (Universitas Budi Luhur)
22. Dr. Ir. Jan Everhard R MT (Universitas Budi Luhur)
23. Dr. Ir. Hari Soetanto, S.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
24. Dr. Abdiansah, S.Kom., M.CS. (Universitas Sriwijaya)
25. Dr. Indra, M.T.I (Universitas Budi Luhur)
26. Dr. Heriyanto, A.Md, S.Kom, M.Cs (UPN Veteran Yogyakarta)
27. Dr. Lilis Susanti Setianingsih, S.T., M.S. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
28. Dr. Linda Nur Afifa, S.T., M.T (Universitas Darma Persada)
29. Dr. Helna Wardhana, M.Kom. (Universitas Bumigora)
30. Dr. Khasnur Hidjah, S.Kom., M.Cs. (Universitas Bumigora Mataram)
31. Dr. Hendra Cipta, M.Si (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)
32. Dr. Yulianto Triwahyuadi Polly, S.Kom., M.Cs (Universitas Nusa Cendana)
33. Dr. Mohammad Syafrullah, M.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
34. Dr. Ir. Aslan Alwi, S.Si., M.Cs (Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
35. Dr. Gamma Kosala, S.Si (Telkom University)
36. Dr. Ir. Lasmedi Afuan, ST.,M.Cs (Universits Jenderal Soedirman)
37. Dr. Rahmad Hidayat S.Kom., M.Cs (Politeknik Negeri Lhokseumawe)
38. Dr. Indra Riyanto, S.T., M.T (Universitas Budi Luhur)
39. Dr. Ir. Nurul Hidayat, SPt., M.Kom (Universitas Jenderal Soedirman)
40. Dr. Muhammad Syaukani, ST, SH, M.Cs,M.Kom (Institut Teknologi Bisnis dan Bahasa Dian Cipta Cendikia)
41. Ts. Setyawan Widyarto, MSc., PhD. (Universiti Selangor, Universitas Budi Luhur)
42. Dr.Eng. Akhmad Unggul Priantoro (Universitas Budi Luhur)
43. Dr. Dedi Trisnawarman, S.Si., M.Kom (Universitas Tarumanagara)
44. Windarto, S.Kom, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
45. Agus Umar Hamdani, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
46. Irawan, S.Kom., M.Kom. (Universitas Budi Luhur)

47. Hendri Irawan, S.Kom., M.T.I. (Universitas Budi Luhur)
48. Yuliazmi S.Kom, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
49. Grace Gata, S.Kom., M.kom (Universitas Budi Luhur)
50. Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
51. Kelik Sussolaikah, S.Kom., M.Kom (Universitas PGRI Madiun)
52. Anita Ratnasari, S.Kom, M.Kom (Universitas Dian Nusantara)
53. Dwi Pebrianti, S.T., M. Eng., Ph.D, Eng. Tech., SMIEEE, IPU (Universitas Budi Luhur)
54. Arita Witanti S.T.,M.T (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
55. Wiwien Hadikurniawati, S.T., M.Kom. (Universitas Stikubank)
56. Reva Ragam Santika, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
57. Agnes Aryasanti, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
58. Atik Ariesta, S.Kom., M.Kom. (Universitas Budi Luhur)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan hanya karena rahmat dan karunia-Nya, Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI) Ke-6 pada Tahun 2025 dapat terlaksana dengan baik. Prosiding seminar ini merupakan kumpulan makalah hasil penelitian para akademisi dan peneliti yang sebelumnya telah dipresentasikan pada SENAFI ke-4 secara daring (*online*) pada tanggal 20 September 2025 dengan tema “Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin”. SENAFI ke-6 telah menerima dan menerbitkan artikel ilmiah dari beberapa perguruan tinggi yang berasal dari 3 provinsi di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, UPN Veteran Yogyakarta (Yogyakarta), Universitas Stikubank (Jawa Tengah) dan Univ. Muhammadiyah Metro (Lampung).

Penyusunan prosiding ini bertujuan untuk penyebarluasan hasil-hasil penelitian dan kajian dalam bidang teknologi informasi. Selain itu, penyusunan prosiding ini juga dimaksudkan agar masyarakat luas dapat mengetahui berbagai informasi terkait dengan penyelenggaraan SENAFI ke-6. Buku prosiding ini berisi 4 (empat) topik yaitu: Cyber Security, Artificial Intelligence, Programming, Information System.

Pada kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para akademisi dan peneliti atas hasil karya dan sumbangan pemikiran yang dipresentasikan dalam bentuk makalah dan presentasi ilmiah. Juga kami sampaikan terima kasih kepada para mitra bestari yang telah mereview semua makalah sehingga kualitas isi dari makalah dapat terjaga dan dipertanggungjawabkan. Tak lupa kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan bagi terselenggaranya SENAFI dan atas tersusunnya prosiding ini. Harapan kita bersama, semoga prosiding ini dapat menambah khasanah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi di Indonesia.

Jakarta, September 2025

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>STEERING COMMITTEE .....</b>	<b>i</b>
<b>REDAKSI.....</b>	<b>3</b>
<b>MITRA BESTARI.....</b>	<b>4</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>7</b>

### **CYBER SECURITY**

<b>IMPLEMENTASI AES-256 UNTUK MENGAMANKAN DOKUMEN KREDENSIAL KLIEN (STUDI KASUS: PT STUDIO INOVASI TEKNOLOGI) Iqbal Syafiudin, Titin Fatimah .....</b>	<b>1-10</b>
<b>PERBANDINGAN ALGORITMA KRIPTOGRAFI AES-128 DAN DES UNTUK KEAMANAN DOKUMEN PADA PT JASA RAHARJA PUTERA Sultan Nabil, Hari Soetanto.....</b>	<b>11-20</b>
<b>IMPLEMENTASI ALGORITMA KRIPTOGRAFI AES-128 UNTUK MENGAMANKAN DATA PENJUALAN DI TOKO DIAH KEMASAN KOSMETIK Danang Pandya Pangestu; Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti .....</b>	<b>21-28</b>
<b>IMPLEMENTASI ENKRIPSI DATA SISWA DAN TRANSAKSI PAUD AI-HANIF MENGGUNAKAN ALGORITMA RC4 BERBASIS WEB Muhamad Salamun, Reva Ragam Santika .....</b>	<b>29-38</b>
<b>IMPLEMENTASI KRIPTOGRAFI ALGORITMA VIGENERE CIPHER DAN RC4 MODIFIKASI UNTUK MENGAMANKAN DATA Galih Sadewo, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti.....</b>	<b>39-48</b>
<b>IMPLEMENTASI AES-128 EFISIEN PADA APLIKASI WEB UNTUK PENGAMANAN DOKUMEN BANTUAN SOSIAL DI TINGKAT KELURAHAN Rizki Apriansyah Wijaya, Sri Mulyati.....</b>	<b>49-58</b>
<b>PENERAPAN ALGORITMA NAIVE BAYES UNTUK ANALISIS SENTIMEN APLIKASI SPOTIFY PADA GOOGLE PLAY STORE Novrian Novrian, Hari Soetanto .....</b>	<b>59-68</b>
<b>PENERAPAN KRIPTOGRAFI AES-128 UNTUK KEAMANAN DATA PEGAWAI PADA PERUSAHAAN LOGISTIK DI JAKARTA Prasetyo Ari Nugroho, Rizky Pradana .....</b>	<b>69-76</b>

PENERAPAN ALGORITMA AES-CBC DAN AES-GCM UNTUK PENGAMANAN DOKUMEN	GEREJA
<b>Leonard Reinhard Roscott, Subandi</b> .....	<b>77-84</b>
IMPLEMENTASI ALGORITMA AES-192 UNTUK MENGAMANKAN FILE DATA DI POJOK	UMKM KOTA CILEDUG
<b>Ahmad Dhani Yazid Saputro, imelda</b> .....	<b>85-94</b>
IMPLEMENTASI AES-256 BERBASIS WEB PADA DATA PENJUALAN HARIAN DI TOKO	KOPI TUKU JOGLO
<b>Hanifah, Dewi Kusumaningsih</b> .....	<b>95-103</b>
IMPLEMENTASI HYBRID ENCRYPTION ECC-AES UNTUK PENGAMANAN KOMUNIKASI DAN BERBAGI FILE BERBASIS WEB	
<b>Risqi Rahman Pratama, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti</b> .....	<b>104-113</b>
OPTIMALISASI KEAMANAN DATA DENGAN PENERAPAN ALGORITME KRIPTOGRAFI	AES-128 BERBASIS WEB
<b>Rafli Adhies Attha, Titin Fatimah</b> .....	<b>114-121</b>
PROTOTIPE SISTEM MONITORING SUHU DAN KELEMBABAN RUANG SERVER BERBASIS	IOT ESP32 DAN DHT22
<b>Fahrul Kusuma, Sejati Waluyo</b> .....	<b>122-129</b>
OTOMASI PENGATURAN JARINGAN LAN BERBASIS MIKROTIK DENGAN BAHASA	PEMROGRAMAN PYTHON
<b>Hadi Prasetyo, Gunawan Pria Utama</b> .....	<b>130-137</b>
IMPLEMENTASI KEAMANAN FILE BERBASIS WEB DENGAN METODE ADVANCED ENCRYPTION	STANDARD (AES)-256 COUNTER MODE
<b>Ahmad Najib Syafi'I, Noni Juliasari</b> .....	<b>138-145</b>
MANAJEMEN JARINGAN BEBASIS WEB MENGGUNAKAN SNMP UNTUK FAKULTAS	EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TRISAKTI
<b>Aris Wiyono; Reva Ragam Santika</b> .....	<b>146-154</b>
IMPLEMENTASI AES-128 UNTUK PENGAMANAN FILE TRANSAKSI PENJUALAN PADA	CV. DNN BERBASIS WEB
<b>Fransiskus Aldi Jebadu, Sejati Waluyo</b> .....	<b>155-163</b>
PENERAPAN AUTENTIKASI DUA FAKTOR MENGGUNAKAN TIME-BASED ONE TIME PASSWORD (TOTP) BERBASIS EMAIL DAN GOOGLE AUTHENTICATOR	PADA APLIKASI MANAJEMEN PERANGKAT MIKROTIK
<b>Izhar Nurkholis Sukma, Achmad Solichin</b> .....	<b>164-173</b>

PENGAMANAN FILE BERBASIS WEB DENGAN METODE AES-128 CTR  
**Fribyan Yusuf, Safrina Amini.....174-182**

RANCANG BANGUN ALAT PENERING APEL MENGGUNAKAN WEBSOCKET  
SERVER BERBASIS IOT  
**Yusron Ageng Pangestu, Utomo Budiyo .....183-191**

PENERAPAN ALGORITMA APRIORI UNTUK MENGANALISA POLA PENJUALAN  
PADA CIPTA ADIDAYA – STEAK  
**Hendryansyah Saputra, Sri Mulyati .....192-200**

### **ARTIFICIAL INTELLIGENCE**

IMPLEMENTASI CONTENT MANAGEMENT SYSTEM DALAM PEMBUATAN  
SISTEM PENDAFTARAN ONLINE BIMBINGAN BELAJAR EAZY  
**Aghri Zahra, Nawindah.....201-210**

ANALISIS MARKET BASKET DENGAN ALGORITMA APRIORI UNTUK  
IDENTIFIKASI POLA PEMBELIAN DI NAFIE MOTOR  
**Fikri Ikhsan Al Yusufi, Dewi Kusumaningsih.....211-220**

ANALISIS SENTIMEN 100 HARI KERJA PRESIDEN PRABOWO SUBIANTO  
MENGGUNAKAN NAIVE BAYES DAN LOGISTIC REGRESSION  
**Aziz Mujahiddin Nugraha, Hari Soetanto.....221-230**

KOMPARASI METODE C4.5 DAN RANDOM FOREST UNTUK PENENTUAN DEPRESI  
PADA PELAJAR  
**Elni Salini Zebua, Gandung Triyono .....231-240**

CLUSTERING DATA MOBIL BEKAS OLX MENGGUNAKAN ALGORITME K-MEANS  
DAN GAUSSIAN MIXTURE MODEL  
**Raynaldi Dwi Cahyono, Gandung Triyono .....241-250**

IMPLEMENTASI METODE NAIVE BAYES DAN SVM DALAM ANALISIS SENTIMEN  
MASYARAKAT INDONESIA TERKAIT FENOMENA KABUR AJA DULU PADA  
MEDIA SOSIAL X  
**Taufiq Rahman, Sejati Waluyo .....251-260**

ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PENGIRIMAN SISWA KE  
BARAK MILITER MENGGUNAKAN SUPPORT VECTOR MACHINE  
**Az Zahra Rabiul Tsani; Utomo Budiyo.....261-268**

IMPLEMENTASI SISTEM VERIFIKASI E-KTP BERBASIS OCR DAN CNN UNTUK ADMINISTRASI	AKADEMIK
<b>Mohammad Zaghy Zalayetha Sofjan, Hari Soetanto .....</b>	<b>269-278</b>
ANALISA KOMPARATIF MULTINOMIAL NAÏVE BAYES DAN MULTINOMIAL LOGISTIC REGRESSION UNTUK KLASIFIKASI HOAX MULTI-KATEGORI PADA BERITA	NASIONAL
<b>Erza Pranata Ramadhan .....</b>	<b>279-288</b>
IMPLEMENTASI NAIVE BAYES DAN LOGISTIC REGRESSION UNTUK DIAGNOSIS DINI	PENYAKIT JANTUNG
<b>M Ridhoni, Gandung Triyono.....</b>	<b>289-298</b>
PENERAPAN DATA MINING APRIORI UNTUK ANALISIS PREFERENSI PRODUK TOKO	RITEL
<b>Muhammad Baldy Imalian, Anita Diana, Grace Gata, Rizky Tahara Shita .....</b>	<b>299-307</b>
ANALISIS SENTIMEN REVIEW PENGGUNA APLIKASI BLU BCA PADA PLAY STORE MENGGUNAKAN	ALGORITMA NAÏVE BAYES
<b>Arzellin Anggraini Zein, Dewi Kusumaningsih .....</b>	<b>308-317</b>
PREDIKSI KELULUSAN SISWA MENGGUNAKAN METODE PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS DAN KLASIFIKASI LOGISTIC REGRESSION	
<b>Orbit Rasi Rayana Jati, Mardi Hardjianto .....</b>	<b>318-327</b>
ANALISIS SENTIMEN KOMENTAR NETIZEN TENTANG RUU TNI DI APLIKASI X MENGGUNAKAN	METODE NAÏVE BAYES
<b>Faris Haidar, Hari Soetanto.....</b>	<b>328-337</b>
ANALISIS SENTIMEN DATA ULASAN APLIKASI PLN MOBILE DI GOOGLE PLAY STORE	DENGAN METODE NAÏVE BAYES
<b>Rafael Calvin Fardinand, Safrina Amini.....</b>	<b>338-345</b>
ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TWITTER DENGAN TF-IDF DAN SUPPORT VECTOR MACHINE	
<b>Fildzah Putri Zhafirah Awliya, Utomo Budiyanto .....</b>	<b>346-354</b>
KLASIFIKASI SENTIMEN KEBIJAKAN EFISIENSI ANGGARAN 2025 DI TWITTER DENGAN	MULTINOMIAL NAÏVE BAYES
<b>Leo Nardi Halawa, Mohammad Syafrullah .....</b>	<b>355-363</b>
ANALISIS SENTIMEN KOMENTAR YOUTUBE TENTANG PINJAMAN ONLINE MENGGUNAKAN	SUPPORT VECTOR MACHINE
<b>Zea Gratia Ismael, Imelda Imelda.....</b>	<b>364-372</b>

ANALISIS SENTIMEN TRANSFORMASI DIGITAL BERBASIS AI DI MEDIA SOSIAL X DENGAN NAIVE BAYES <b>Rizsyad Abiyandra Riadi, Yuliazmi</b> .....	<b>373-380</b>
IMPLEMENTASI METODE APRIORI BERBASIS WEB UNTUK ANALISIS TRANSAKSI PENJUALAN DI PT. RODA MEDIKA MULYA <b>Muhammad Zulfa, Arief Wibowo</b> .....	<b>381-388</b>
PERBANDINGAN NAÏVE BAYES CLASSIFIER DAN SUPPORT VECTOR MACHINE PADA ANALISIS SENTIMEN NETIZEN X #KABURAJADULU <b>Kharis Amazio, Windarto</b> .....	<b>389-397</b>
KLASIFIKASI SENTIMEN PUBLIK TERHADAP PROGRAM MAKAN SIANG GRATIS DI MEDIA SOSIAL X DENGAN ALGORITMA KNN <b>Qoriatul Adawiyah, Gunawan Pria Utama</b> .....	<b>398-407</b>
ANALISIS SENTIMEN TWITTER TERHADAP KEBIJAKAN ANAK MASUK BARAK MILITER DENGAN NAÏVE BAYES <b>Febryan Dwi Prastyo, Sri Mulyati</b> .....	<b>408-415</b>
KLASTERISASI INTERAKSI KOMUNITAS BOOKTOK PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK MENGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS <b>Annisa Camelia Syarif, Achmad Solichin</b> .....	<b>416-423</b>
ANALISIS SENTIMEN PUBLIK TERHADAP PROGRAM BANTUAN SUBSIDI UPAH (BSU) DI TWITTER MENGGUNAKAN ALGORITMA SVM <b>Rohmat Nur Muhamad, Utomo Budiyanto</b> .....	<b>424-431</b>
ANALISIS PREDIKTIF RISIKO PENYAKIT JANTUNG DENGAN REGRESI LOGISTIK DAN K-NEAREST NEIGHBOR <b>Fakhri Alifio, Prof. Ir. Wendi Usino, MM., M.Sc., Ph.D</b> .....	<b>432-440</b>
ANALISIS SENTIMEN PADA X TERHADAP DEDI MULYADI DENGAN NAÏVE BAYES DAN SUPPORT VECTOR MACHINE <b>Ichsanul Yazid Azhari, Mufti</b> .....	<b>441-448</b>
PENERAPAN ALGORITMA NAÏVE BAYES UNTUK KLASIFIKASI BUKU POPULER BERBASIS WEB <b>Rizki Akbar, Titin Fatimah</b> .....	<b>449-458</b>
ANALISIS POLA PEMBELIAN KONSUMEN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI PADA COFFEE SHOP SS <b>Muhamad Jordi Riawan, Joko Christian Chandra</b> .....	<b>459-467</b>

IMPLEMENTASI DATA MINING UNTUK ANALISIS POLA PENJUALAN OBAT MENGUNAKAN ALGORITMA APRIORI	<b>Deny Riyanto, Pipin Farida Ariyani.....468-477</b>
PENERAPAN ALGORITMA NAIVE BAYES UNTUK ANALISIS SENTIMEN OPINI MASYARAKAT PADA DATA TWITTER	<b>Al Hajju Arafah, Rizky Pradana .....478-485</b>
IMPLEMENTASI DATA MINING BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH TERHADAP MARKET BASKET ANALYSIS PENJUALAN FASHION	<b>Ghina Nabila Febrianti, Mardi Hardjianto.....486-494</b>
PENERAPAN ALGORITMA RANDOM FOREST UNTUK MENDETEKSI SERANGAN SIBER	<b>Fadhilla Muhammad, Safrina Amini .....495-502</b>
KLASTERISASI KELOMPOK APT BERDASARKAN TEKNIK SERANGAN PADA MITRE ATT&CK FRAMEWORK MENGGUNAKAN ALGORITMA HIERARCHICAL AGGLOMERATIVE DAN K-MODES	<b>Muchamad Angga Dwi Wahyu, Dian Anubhakti, Hendi Setiawan .....503-512</b>
ANALISIS SENTIMEN KOMENTAR YOUTUBE TERHADAP ISU BISNIS GELAP DOKTER DAN PERUSAHAAN FARMASI MENGGUNAKAN ALGORITMA NAÏVE BAYES	<b>Septian Farriz Hartono, Achmad Solichin, noni juliasari, purwanto purwanto ...513-522</b>
KLASIFIKASI SENTIMEN NETIZEN TERHADAP PATRICK KLUIVERT DI PLATFORM X DENGAN METODE NAÏVE BAYES	<b>Alif Al Fadhilla; Wahyu Pramusinto, Hadidtyo Wardani .....523-530</b>
ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA APLIKASI OLXMOBBI PADA SOSIAL MEDIA X MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE	<b>Maesheilla Noordjaianti Diva Utama, Arief Wibowo.....531-538</b>
PENERAPAN ALGORITMA APRIORI UNTUK REKOMENDASI PENATAAN OBAT DI APOTEK	<b>Burhanul Arifin, Painem .....539-546</b>
ANALISIS SENTIMEN KUALITAS PELAYANAN MIKROTRANS JAKLINGKO DENGAN ALGORITMA NAÏVE BAYES CLASSIFIER	<b>Indira Arifin, Noni juliasari .....547-555</b>

## **PROGRAMMING**

SISTEM DETEKSI KEBAKARAN MENGGUNAKAN SENSOR FLAME DAN MQ-2 DENGAN METODE FUZZY MAMDANI PADA PAUD PELANGI NUSANTARA  
**Rizqa Pandu Maulana, Dewi Kusumaningsih.....556-565**

SISTEM MONITORING DAN KEAMANAN DI RUANGAN SERVER MENGGUNAKAN KOMUNIKASI LORA BERBASIS INTERNET OF THINGS  
**Alfa Kautsar.....566-575**

RANCANG BANGUN SISTEM SORTIR BARANG MENGGUNAKAN QR CODE BERBASIS ARDUINO MEGA  
**Muhammad Daffa, Irawan.....576-584**

IMPLEMENTASI WEB SERVICE API PADA PEMESANAN PAKET MEMBER DI STILLFIT GYM DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA JWT (JSON WEB TOKEN)  
**Mohammed Zaki Abira Kurniawan, Sejati Waluyo.....585-593**

IMPLEMENTASI FINITE STATE MACHINE DAN FUZZY LOGIC DALAM GAME 2D UNTUK PENGUATAN LITERASI DIGITAL HOAKS  
**Deni Rizki Armando, Wahyu Pramusinto.....594-602**

DESAIN ROBOT PEMILAH SAMPAH LINGKARAN MENGGUNAKAN VISI KOMPUTER DENGAN KENDALI PID  
**Rikza Khamami, Yani Prabowo, Jan Everhard Riwurohi, Irawan.....603-612**

IMPLEMENTASI SISTEM CERDAS UNTUK MENDETEKSI KEBOCORAN GAS DAN KELEMBAPAN UDARA MENGGUNAKAN FUZZY LOGIC  
**Andrew Bayu Permana, Rizky Pradana.....613-622**

SISTEM KEAMANAN PINTU DENGAN 2 LANGKAH AUTENTIKASI BERBASIS IOT  
**Ragil Prabawijaya, Jan Everhard Riwurohi, Irawan, Yani Prabowo .....623-631**

PERBANDINGAN NAIVE BAYES DAN KNN UNTUK SENTIMEN KESADARAN LINGKUNGAN DI KONTEN PANDAWARA GROUP.  
**Gina Putri Rezi, imelda imelda.....632-640**

IMPLEMENTASI METODE FINITE STATE MACHINE PADA GAME CINDUA MATO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BUDAYA MINANGKABAU  
**Auliatul Wahyudi, Safrina Amini.....641-650**

IMPLEMENTASI ALGORITMA A-STAR PADA PERMAINAN TIMUN MAS DAN RAKSASA  
**Muhammad Rendy, Windarto.....651-660**

PROTOTIPE SISTEM PENDETEKSI BANJIR BERBASIS IOT TERINTEGRASI APLIKASI ANDROID <b>Akbar Nur Wahyudin, Ferdiansyah; Ika Susanti.....</b>	<b>661-670</b>
IMPLEMENTASI SISTEM PRESENSI MENGGUNAKAN PENGENALAN WAJAH (FACE RECOGNITION) PADA SMA ISLAM AL – LAYYINAH <b>Ubaidillah Kamal Syauqi; Purwanto .....</b>	<b>671-680</b>
SISTEM KONTROL LAMPU LALU LINTAS MENGGUNAKAN DEEP LEARNING PENGENALAN KENDARAAN <b>Yoga Aprio Pratama, Rizky Pradana .....</b>	<b>681-690</b>
IMPLEMENTASI ALGORITMA FISHER-YATES SHUFFLE PADA GAME JELAJAH RASA NUSANTARA BERBASIS WEB <b>Fransiscus Wahyu Adi Saputro, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti.....</b>	<b>691-700</b>
RANCANG BANGUN SISTEM MONITORING SUHU, KELEMBAPAN, DAN GAS PADA RUANG SERVER BERBASIS NODE MCU ESP8266 <b>Riko Pratama, Sri Mulyati .....</b>	<b>701-709</b>
SISTEM MONITORING SUHU, KELEMBAPAN DAN KEBAKARAN RAK SERVER BERBASIS IOT PADA ZENIT TECHNOLOGIES <b>Akmal Yusuf Nursyahfikri, Mufti .....</b>	<b>710-719</b>
IMPLEMENTASI ALGORITMA APRIORI UNTUK MENENTUKAN POLA LAYANAN PERBAIKAN PADA BENGKEL KARYA MOTOR <b>Vincent Gunawan, Gunawan Pria Utama .....</b>	<b>720-728</b>
ANALISIS SENTIMEN KOMENTAR PLATFORM X MENGENAI EKSPLOITASI RAJA AMPAT MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE <b>Ahmad Arga, Gunawan Pria Utama .....</b>	<b>729-736</b>
PREDIKSI LAGU TERPOPULER MENGGUNAKAN ALGORITMA GAUSSIAN NAÏVE BAYES BERBASIS WEB <b>Azfa Widiyanto, Titin Fatimah .....</b>	<b>737-744</b>
PENERAPAN SISTEM VALIDASI TANDA TANGAN DIGITAL DENGAN FUNGSI HASH MD5 PADA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI UNIVERSITAS BUDI LUHUR <b>Erlangga, Achmad Solichin.....</b>	<b>755-764</b>
IMPLEMENTASI SISTEM DETEKSI KEBAKARAN KANTIN BERBASIS ESP32 DENGAN TELEGRAM <b>Calista Marshanda Putri, Windarto.....</b>	<b>765-773</b>

PENERAPAN SISTEM ABSENSI KARYAWAN MENGGUNAKAN RFID DAN ESP32  
CAM PADA CV. BERKAT ABADI  
**Denny Sugianto, Indra.....774-783**

SISTEM MONITORING BANJIR MENGGUNAKAN SENSOR ULTRASONIK DAN  
WATER LEVER SENSOR DENGAN NOTIFIKASI PESAN  
**Alberto Hasiholan, Indra.....784-792**

IMPLEMENTASI WEB SERVICE RESTFUL API DENGAN KEAMANAN JWT UNTUK  
DISTRIBUSI BAHAN BANGUNAN PT SUMBER BAROKAH  
**Faza Ghani Marcellino, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti.....793-800**

### **INFORMATION SYSTEM**

SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PROFILE MATCHING UNTUK SELEKSI  
KARYAWAN CAPTURE IT PHOTOBOOTH  
**Arya Kedaton, Dian Anubhakti, Retno Wulandari.....801-810**

SISTEM INFORMASI PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS  
PADA NUNI COOKIEZ  
**Phuja Mahesa, Refaldy Hilmy Akram, Devit Setiono .....811-820**

PERANCANGAN E-CRM BERBASIS WEB UNTUK DIGITALISASI DATA  
PELANGGAN DAN LAYANAN PADA BENGKEL ADI MOTOR  
**Kresna Pangestu, Goenawan Brotosaputro.....821-829**

PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)  
WORDPRESS PADA TOKO SABLON UTSMAN ATHAR  
**Abi Salihin, Grace Gata.....830-839**

IMPLEMENTASI PLATFORM E-COMMERCE MENGGUNAKAN WORDPRESS  
UNTUK OPTIMALISASI PROMOSI DAN PENJUALAN TOKO TASARAH CLOTHING  
**Dwi Hardiansyah, Grace Gata.....840-849**

PENERAPAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM  
(CMS) PADA BARASA MOTOR UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SPAREPART  
**Junica Kristin Ompusunggu, Lestari Margatama.....850-859**

PENGEMBANGAN SISTEM E-CRM BERBASIS WEB METODE WATERFALL UNTUK  
MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
**Rendy Lorenzo, Lauw Li Hin.....860-868**

SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN PEGAWAI NON-ASN TERBAIK MENGGUNAKAN METODE SAW PADA KECAMATAN PONDOK AREN <b>Muhammad Daifullah, Dian Anubhakti</b> .....	<b>869-878</b>
IMPLEMENTASI CRM SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN LOYALITAS DAN PELAYANAN KONSUMEN PADA KINCLONG LAGI DENGAN WATERFALL <b>Muhammad Syachru Rizky, Hendri Irawan</b> .....	<b>879-886</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO SANDRINA COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN <b>Anisa Dwi Utami, Lestari Margatama</b> .....	<b>887-896</b>
PENERAPAN E-CRM BERBASIS WEB DENGAN METODE WATERFALL DI HAREFA LAUNDRY <b>Muhammad Rizki Marten, Goenawan Brotosaputro</b> .....	<b>897-906</b>
SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN STANDARISASI PEMILIHAN KARYAWAN TERBAIK DENGAN SAW PADA CV SINERGI PRIMA MAGNA <b>Haekal Rida Putra, Dian Anubhakti</b> .....	<b>907-916</b>
PENERAPAN SISTEM E-CRM BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN LAYANAN INFORMASI DI SDI AL MUHAJIRIN <b>Muhammad Hilmi Athallah, Ita Novita</b> .....	<b>917-926</b>
IMPLEMENTASI CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MEMBANGUN MODEL E-COMMERCE PADA TOKO BAJU BASIC JAKARTA <b>Tirto Utomo, Bima Cahya Putra</b> .....	<b>927-936</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) BERBASIS WORDPRESS PADA TOKO DAMAR BETTA <b>Reyza Adriansyah, Grace Gata</b> .....	<b>937-946</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CMS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN MEMPERLUAS PEMASARAN PADA TOKO BILUES CRYSTAL <b>Farhan Firdaus An Nazih, Joko Sutrisno</b> .....	<b>947-956</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO MERCHANDISE HUMAN\$ UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN <b>Danni Alief, Yudi Santoso</b> .....	<b>957-966</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS (CMS) UNTUK OPTIMALISASI PROMOSI DAN PEMASARAN PADA CAHAYA FRAME & MIRROR <b>Muhamad Luthfan Ilyasa, Joko Sutrisno</b> .....	<b>967-976</b>

IMPLEMENTASI CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DI TOKO BANGUNAN HARAPAN 1 <b>Ahmad Damanhuri, Bima Cahya Putra .....</b>	<b>977-986</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA PRODUSEN BATIK JARI KASIM <b>Irgie Davariansyah, Lauw Li Hin.....</b>	<b>987-996</b>
ANALISA DAN PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN PYTHON PADA TOKO LOKAL PETSHOP <b>Rizky Hasyim Nugraha, Bima Cahya Putra.....</b>	<b>997-1006</b>
RANCANGAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA PRODUK RED SWAN PLAST <b>Bilal Satya Ramadhan, Bruri Trya Sartana, Ririt Ririt Roeswidiah.....</b>	<b>1007-1016</b>
ANALISIS DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE PADA TOKO ANEKA BARU MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) <b>Raihan Nur Kharisman, Ita Novita .....</b>	<b>1017-1026</b>
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE BERBASIS CMS WORDPRESS UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK SORA INDONESIA <b>Alreza Aziz Ainun Nadjib, Joko Sutrisno.....</b>	<b>1027-1035</b>
PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PADA PARI SAKTI TRIATHLON CLUB UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN <b>Ahmad Aslam Ramadhan, Humisar Hasugian .....</b>	<b>1036-1045</b>
RANCANG BANGUN WEB E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO MY GOLDEN STAR MENGGUNAKAN FRAMEWORK LARAVEL <b>Hilmy Lazuardi, Yudi Santoso.....</b>	<b>1046-1055</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MAGNAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BUKET TOKO VANTSA SHOP <b>Senli Visela, Hendri Irawan; Nawindah, Agus Umar Hamdani.....</b>	<b>1056-1065</b>
PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PEMASARAN PADA TOKO NUR COLLECTION <b>Ahmad Tarmizi, Agnes Aryasanti .....</b>	<b>1066-1075</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA TOKO C.S.ELECTRONIC <b>Sherin Halim; Agus Hamdani .....</b>	<b>1076-1085</b>

PENERAPAN DATA MINING PADA TOKO BUKU MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI DALAM STRATEGI PENJUALAN BUNDLING PRODUK <b>Dodi Prayoga, Joko Sutrisno.....</b>	<b>1086-1095</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MATAHARI FRAME <b>Rangga Abdi Maulana, Grace Gata .....</b>	<b>1096-1105</b>
PENERAPAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO FAIRY LOOK COLLECTION <b>Kevin Endra Pratama, Humisar Hasugian.....</b>	<b>1106-1114</b>
IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE PADA PENJUALAN TOKO KURIMAS JAYA AQUARIUM MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) <b>Muhammad Nadhif Fadhal Kautsar, Ita Novita.....</b>	<b>1115-1124</b>
PENERAPAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN WORDPRESS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN EFISIENSI PENJUALAN PADA CAHAYA ABADI <b>Yulita Maharani, Agnes Aryasanti.....</b>	<b>1125-1134</b>
IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS WORDPRESS UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PELANGGAN PADA HAFIZH SPORT <b>Luthfia Maharani, Agnes Aryasanti.....</b>	<b>1135-1144</b>
PENGELOMPOKAN JENIS SAMPAH MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS PADA BANK SAMPAH BUNGA RAYA <b>Rizky Ramadhan, Anita Diana, yudi wiharto .....</b>	<b>1145-1152</b>
PENERAPAN ALGORITMA K-MEANS UNTUK PENGELOMPOKAN KEKERASAN TERHADAP ANAK LAKI-LAKI DI PROVINSI JAWA BARAT <b>Rehan Ramdani, Yudi Santoso .....</b>	<b>1153-1161</b>
PENERAPAN METODE K-MEANS CLUSTERING UNTUK PENGELOMPOKAN RISIKO PASIEN PENYAKIT GINJAL KRONIK <b>M Bintang Akram; Yudi Santoso .....</b>	<b>1162-1170</b>
PENGEMBANGAN WEB CRM UNTUK RETENSI PELANGGAN PADA ALLE LAUNDRY PALAPA DENGAN SDLC <b>Aferil Yudhatama, Lestari Margatama .....</b>	<b>1171-1179</b>
SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN KELAYAKAN KREDIT BERBASIS SIMPLE ADDITIVE WEIGHING (SAW) PADA KOPERASI JASA PRATAMA <b>Awaludin Novianto; Yudi Santoso; Nurwati.....</b>	<b>1180-1189</b>

PENERAPAN METODE SAW UNTUK MENDUKUNG KEPUTUSAN PENERIMAAN KARYAWAN HOST LIVE PADA CV.DUNIA MAS COMPUTER <b>Salma Hayati, Anita Diana</b> .....	<b>1190-1199</b>
PENERAPAN E-BUSINESS PENYEWAAN MOBIL PADA BSU RENT CARS <b>Fahri Ansyah, Dian Anubhakti, Retno Wulandari</b> .....	<b>1200-1207</b>
PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA TOKO ARSYAM FASHION STORE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN <b>Tegar Cahyo Erianto, Humisar Hasugian</b> .....	<b>1208-1217</b>
PERANCANGAN SISTEM RESERVASI DAN PEMESANAN BERBASIS WEB PADA COFFEE SHOP ALLEY.JKT DENGAN INTEGRASI PAYMENT GATEWAY <b>Virgi Aditya Putra, Yudi Santoso, Nurwati</b> .....	<b>1218-1227</b>
PERANCANGAN E-COMMERCE PAKAIAN MUSLIM BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA TOKO AL-VIATHOR <b>Novia Paraswati, Bruri Trya Sartana</b> .....	<b>1228-1237</b>
IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CMS MENGGUNAKAN WORDPRESS: STUDI KASUS PADA TOKO KIRANASANI <b>Fiqi Alvarizi Fahmi, Lauw Li Hin</b> .....	<b>1238-1247</b>
PERANCANGAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BOUQUET BY DITHA <b>Wasilah Ulul Azmi, Atik Ariesta</b> .....	<b>1248-1257</b>
PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN KUKU PALSU BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN <b>Ezza Putri, Lestari Margatama</b> .....	<b>1258-1267</b>
IMPLEMENTASI PENUNJANG KEPUTUSAN LOKASI STRATEGIS ARTOLOUIS BERBASIS ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS <b>Amanda Aura Putri, Lis Suryadi</b> .....	<b>1268-1275</b>
PERANCANGAN E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM UNTUK MENDUKUNG PENJUALAN PRODUK TOKO MELT A DESSERT <b>Renaldi Rachman, Agus Umar Hamdani</b> .....	<b>1276-1285</b>
SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PENILAIAN KINERJA KARYAWAN BERBASIS SAW: STUDI KASUS DI YAYASAN AS-SALAM JOGLO <b>Rangga Prakoso, Dian Anubhakti</b> .....	<b>1286-1293</b>

PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN WORDPRESS PADA TOKO BUDHE SNACK <b>Faqih Khaikal Al Amin, Ita Novita .....</b>	<b>1294-1302</b>
CLUSTERING DAFTAR SAHAM BERDASARKAN LIKUIDITAS DAN KAPITALISASI PASAR MENGGUNAKAN ALGORITMA GMM DAN BGM <b>ANGEL Patrecia, Dian Anubhakti, Kukuh Harsanto.....</b>	<b>1303-1310</b>
IMPLEMENTASI CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA E-COMMERCE TOKO BERKAH JAYA <b>Farrel Andhika Sulton, Yudi Santoso, Nurwati, Muhammad Anif .....</b>	<b>1311-1320</b>
PENERAPAN CMS WORDPRESS PADA TOKO YOVIS SPORT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE <b>Fadlan Ramdhani, Humisar Hasugian.....</b>	<b>1321-1329</b>
PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE LAYANAN PERCETAKAN BERBASIS ODOO MENGGUNAKAN METODE SDLC PADA PT XEROGRAPHY INDONESIA <b>Muhammad Ridhowan Annas, Lis Suryadi, Grace Gata, Lauw Li Hin.....</b>	<b>1330-1339</b>
PENERAPAN SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN SUPPLIER AYAM PADA AYAM BAKAR JOGLO CAK MOYO MENGGUNAKAN METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING <b>Rifai Abdul Azis, Humisar Hasugian .....</b>	<b>1340-1347</b>
RANCANGAN SISTEM E-COMMERCE PADA TOKO BATIK TRIWARNI UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR <b>Rafi Ichsan Madani, Lis Suryadi.....</b>	<b>1348-1357</b>
ANALISIS DAN PERANCANGAN WEB E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA TOKO SINAR BERLIAN <b>Farrel Yusuf, Ita Novita.....</b>	<b>1358-1367</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS UNTUK MENGOPTIMALKAN PENJUALAN DI TOKO LEGOSO PARFUM <b>Ahmad Rizky Utomo, Agnes Aryasanti .....</b>	<b>1368-1376</b>
IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENDUKUNG PENJUALAN PADA TOKO ZAFANKA MENGGUNAKAN CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM) WORDPRESS <b>Siti Ayu Nurzanah, Bima Cahya Putra, Hari Prapcoyo.....</b>	<b>1377-1385</b>
RANCANGAN SISTEM PEMESANAN PAKAIAN BERBASIS WOOCOMMERCE PADA RUMAH JAHIT QUEENNARA <b>Dhoni Khairi, Wiwin Windihastuty .....</b>	<b>1386-1395</b>

IMPLEMENTASI SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS CMS PADA TOKO BUTIK NAOMI

**Salsabila Vasya, Bima Cahya Putra, Novita Mariana ..... 1396-1405**

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KARYAWAN TERBAIK PADA PT. DIGIVO KREATIF INDONESIA MENGGUNAKAN PROFILE MATCHING

**Afnan Firdaus Febriansyah, Atik Ariesta..... 1406-1415**

IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN PLATFORM CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT OLAIF

**Histori Buulolo, Agus Umar Hamdani..... 1416-1425**

SISTEM PENENTUAN SKEMA PENAWARAN PROYEK IT YANG OPTIMAL BERBASIS AHP DAN WP

**Marsha Nurtya Rachma, Bima Cahya Putra, Mujito ..... 1426-1435**

SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN SUPPLIER DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS DAN SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING

**Andry, samsinar ..... 1436-1445**

MEMBANGUN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS PADA TOKO KARYA DARA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR

**Lilis Sri Lestari, Bima Cahya Putra ..... 1446-1455**

STRATEGI PENERAPAN CRM BERBASIS WEB PADA SISTEM RESERVASI SERVICE KENDARAAN DIBENKEL MOTOR GONGGO

**Muhamad Alfian Sandhikara, Lestari Margatama ..... 1456-1465**

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM E-COMMERCE PADA TOKO SAKINAH UNTUK PENJUALAN PRODUK FASHION BERBASIS WEB

**Meriani Wulandari, Lis Suryadi..... 1466-1474**

PERANCANGAN, IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE PT MAP DENGAN ANALISIS BMC DAN FISHBONE DIAGRAM BERBASIS WORDPRESS

**Muhammad Farhan Akbar, Lis Suryadi ..... 1475-1483**

PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO SRC DIDI

**Ghafira Ramdhania Putri Hami, Muhammad Ainur Rony ..... 1484-1493**

## PENERAPAN CMS WORDPRESS PADA TOKO YOVIS *SPORT* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *ONLINE*

Fadlan Ramdhani<sup>1\*</sup>, Humisar Hasugian<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup> 2112500547@student.budi.luhur.ac.id, <sup>2</sup> humisarhasugian@budiluhur.ac.id

(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Penelitian ini membahas penerapan sistem *e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS) WordPress* pada Toko Yovis *Sport*, yang bergerak di bidang penjualan pakaian olahraga wanita. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sistem penjualan konvensional, jangkauan pasar yang masih sempit, serta strategi promosi yang kurang optimal. Selama ini, penjualan hanya mengandalkan *marketplace* dan media sosial, sehingga toko belum memiliki kendali penuh terhadap pengelolaan data pelanggan maupun penguatan citra merek. Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini merancang dan mengimplementasikan website *e-commerce* terintegrasi guna mendukung penjualan daring, meningkatkan efektivitas transaksi, dan memperluas jangkauan pemasaran. Pendekatan yang digunakan meliputi analisis bisnis dengan *Business Model Canvas (BMC)*, pemodelan sistem menggunakan *Use Case Diagram*, serta penerapan strategi pemasaran digital melalui *Search Engine Optimization (SEO)* dan *marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)*. Implementasi dilakukan menggunakan CMS *WordPress* dengan plugin *WooCommerce*, yang menyediakan fitur katalog produk, pemesanan, pembayaran, pelacakan pengiriman, hingga laporan penjualan otomatis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan mampu mempermudah pengelolaan produk dan transaksi, memperluas pasar secara daring, serta meningkatkan efektivitas promosi melalui optimasi SEO. Integrasi strategi *marketing mix 4P* juga mendukung penetapan harga kompetitif, promosi yang lebih terarah, serta distribusi produk yang lebih mudah. Dari sisi pelanggan, sistem ini menghadirkan pengalaman belanja yang praktis melalui proses *checkout* yang sederhana, tampilan responsif pada perangkat seluler, dan navigasi yang mudah dipahami. Sementara itu, pengelola toko memperoleh manfaat berupa otomatisasi proses bisnis dan laporan yang lebih terstruktur. Dengan demikian, penerapan CMS *WordPress* yang didukung *WooCommerce* dan strategi pemasaran digital terbukti menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kemandirian penjualan daring sekaligus memperkuat citra merek dan hubungan dengan pelanggan.

**Kata Kunci:** CMS *WordPress*, *e-commerce*, *WooCommerce*, SEO, pemasaran digital.

### IMPLEMENTATION OF WORDPRESS CMS IN YOVIS SPORT STORE TO INCREASE ONLINE SALES

**Abstract-** This study examines the implementation of a Content Management System (CMS) WordPress-based e-commerce platform at Yovis Sport Store, a business specializing in women's sportswear. The store faced several challenges, including the limitations of conventional sales systems, a narrow market reach, and less-than-optimal promotional strategies. Sales activities had previously relied solely on marketplaces and social media, which restricted full control over customer data management and brand development. To address these issues, this research designed and implemented an integrated e-commerce website aimed at supporting online sales, improving transaction efficiency, and expanding marketing reach. The approach involved business analysis using the Business Model Canvas (BMC), system modeling with Use Case Diagrams, and the application of digital marketing strategies through Search Engine Optimization (SEO) and the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). The system was developed using CMS WordPress with the WooCommerce plugin, providing features such as product catalogs, ordering, payment, shipping tracking, and automated sales reports. The results show that the website simplifies product and transaction management, broadens the online market, and enhances promotional effectiveness through SEO optimization. The integration of the 4P marketing mix also supports competitive pricing, more targeted promotions, and more efficient product distribution. From the customer perspective, the system delivers a seamless shopping experience through a simple checkout process, responsive mobile design, and user-friendly navigation. From the operational side, store managers benefit from automated business processes and more structured reporting. Overall, the implementation of CMS WordPress supported by WooCommerce and digital marketing strategies proves to be an effective solution for strengthening online sales independence while enhancing brand image and customer relationships.

**Keywords:** CMS *WordPress*, *e-commerce*, *WooCommerce*, SEO, digital marketing.

## 1. PENDAHULUAN

Toko Yovis *Sport* adalah sebuah toko usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian olahraga khususnya pakaian senam wanita. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai jenis pakaian olahraga seperti atasan, celana, setelan senam, dan pakaian olahraga muslimah. Yovis *Sport* dikenal dengan desain yang *stylish* dan variatif, serta menyediakan berbagai ukuran termasuk ukuran jumbo hingga 5XL, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai bentuk tubuh.

Desain produknya memadukan unsur *sporty* dan *modest* sehingga menjadi pilihan populer di kalangan wanita muslimah yang aktif. Yovis *Sport* juga aktif memanfaatkan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pasarnya. Selain memasarkan produk melalui media sosial seperti Instagram, toko ini mulai mengembangkan situs *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) untuk mempermudah pelanggan dalam berbelanja secara online.

Namun, dalam pelaksanaannya, Toko Yovis *Sport* masih menghadapi berbagai tantangan, seperti manajemen data produk yang belum terstruktur, promosi yang belum maksimal, serta keterbatasan dalam menjangkau pelanggan secara lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem informasi berbasis web yang terintegrasi dan *user-friendly* untuk menunjang operasional dan strategi pemasaran toko.

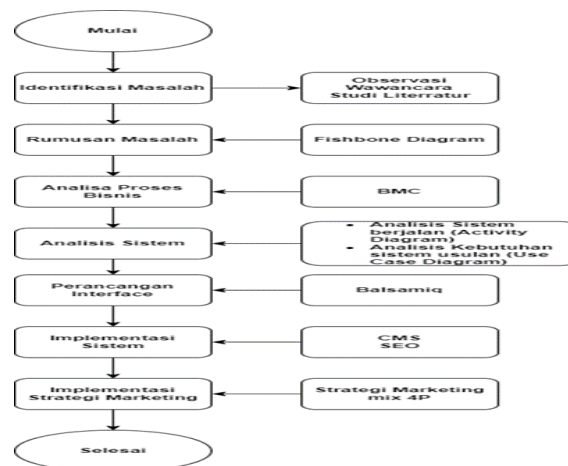
Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pemanfaatan CMS *WordPress* untuk mendukung penjualan daring. Sitompul dan Fitriani (2018) merancang sistem informasi penjualan online pada Toko Hafiz *Sport* menggunakan *WordPress* dan *WooCommerce* untuk mempermudah transaksi dan laporan. Nugroho dan Irawan (2021) membangun *e-commerce* berbasis CMS pada Indah Jaya *Sport* dengan tambahan strategi promosi digital melalui SEO. Jonathan dkk. (2023) mengembangkan *website e-commerce* untuk Toko XYZ dengan fitur katalog produk, *checkout*, kupon diskon, dan laporan penjualan otomatis. Nuryadi dan Ariesta (2020) menerapkan CMS *WordPress* pada Toko Tri Arga *Outdoor Sport* untuk memperluas pemasaran digital melalui SEO. Penelitian lain oleh Kulyubi dan Patrie (2022) membangun sistem *e-commerce* pada Toko F2T *Sport by Yovis* untuk mengatasi keterbatasan penjualan manual dan media sosial.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya. Fokus penelitian adalah penerapan CMS *WordPress* pada Toko Yovis *Sport* dengan pengembangan fitur tambahan seperti integrasi *payment gateway* lokal (*e-wallet*, QRIS, *virtual account*, transfer bank), sistem notifikasi otomatis, *live chat* WhatsApp, serta penerapan strategi *marketing mix* 4P (*Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*) yang terintegrasi dengan *Search Engine Optimization* (SEO). Dengan pendekatan ini, sistem yang dibangun terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Tahap Penelitian

Tahapan penelitian menggambarkan secara lengkap langkah-langkah sistematis yang ditempuh dalam penelitian, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir, dan disajikan dalam bentuk diagram alir. Adapun tahapan berikut yang dilakukan oleh penulis yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

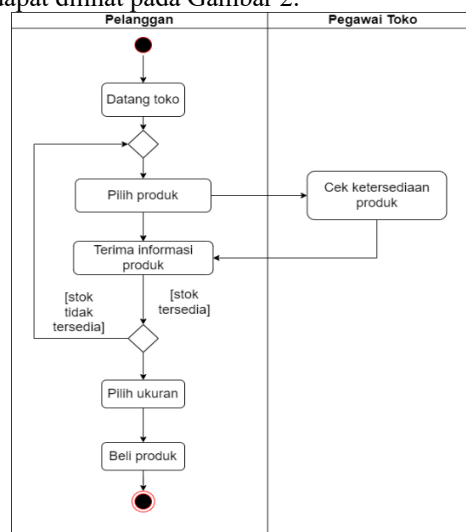
- Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi:
- Identifikasi Masalah**  
Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai Toko Yovis Sport. Kegiatan ini bertujuan mengumpulkan data yang diperlukan guna mendukung kelancaran penelitian. Observasi dilaksanakan langsung di Toko Yovis Sport yang berlokasi di Jalan Panda V No. 195, Pondok Ranji, Ciputat, Tangerang Selatan.
  - Rumusan Masalah**  
Rumusan masalah ini dibuat untuk menganalisis kendala atau masalah yang terjadi pada Toko Yovis Sport dalam proses bisnisnya. Penelitian ini menggunakan fishbone diagram untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi di Toko Yovis Sport. Selain itu, diagram ini juga dipakai untuk mencari lebih dalam masalah utama dan solusi yang dapat diterapkan untuk pengembangan bisnis kedepannya.
  - Analisa Proses Bisnis**  
Pada tahapan ini, dilakukan analisis, deskripsi, dan perancangan model bisnis Toko Yovis Sport. Model tersebut menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* untuk menetapkan atau memperbarui model bisnis yang sudah ada, sehingga dapat mempermudah penyusunan strategi bisnis agar lebih efektif.
  - Analisa Sistem**  
Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap sistem yang saat ini digunakan, disertai dengan pemaparan alur proses bisnis yang terjadi dalam lingkup penelitian. Analisis dilakukan menggunakan Activity Diagram untuk menggambarkan alur kerja sistem, serta Use Case Diagram untuk memodelkan interaksi antara pengguna dan sistem. Seluruh hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk diagram yang relevan.
  - Perancangan Layar**  
Tahapan ini penulis membuat proses desain yang dibuat dengan menggunakan tools Balsamiq.
  - Implementasi Sistem**  
Tahap implementasi menggunakan CMS WordPress 6.8.2 dengan plugin WooCommerce 9.93, dan berlangganan hosting beserta domain.
  - Implementasi Strategi Marketing**  
Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan strategi marketing mix 4P untuk menarik minat pelanggan maupun distributor dalam membeli produk dari Toko Yovis Sport. Fokus penelitian ini pada empat komponen utama, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Analisis Proses Berjalan

##### 3.1.1. Proses Pemesanan Langsung

Proses pemesanan di Toko Yovis Sport dimulai ketika pelanggan datang langsung ke toko untuk memilih produk. Alur proses pemesanan ini dapat dilihat pada Gambar 2.

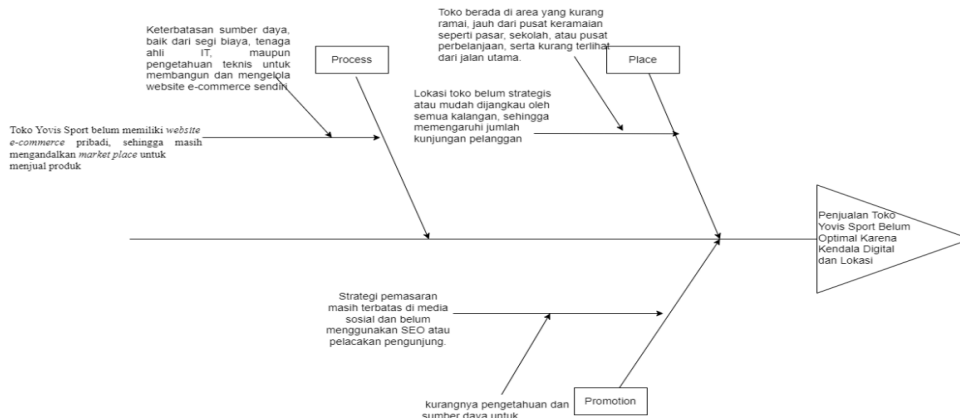


Gambar 1. Proses Pemesanan

Berdasarkan Gambar 2, proses pemesanan di Toko Yovis *Sport* dimulai ketika pelanggan datang dan melihat-lihat produk di etalase. Setelah menemukan produk yang diminati, ketersediaan stok akan dicek. Jika stok ada, pelanggan memilih ukuran yang sesuai; jika tidak, mereka dapat kembali memilih produk lain atau membatalkan pembelian. Setelah ukuran cocok, pelanggan memutuskan untuk membeli, produk diserahkan oleh pegawai toko, dan pelanggan menerima pesanan, menandai proses selesai.

### 3.2. Analisis Masalah

Berikut adalah gambar *Fishbone* Diagram yang digunakan dalam analisis tersebut.



Gambar 3. *Fishbone* Diagram

Gambar 3 merupakan diagram *fishbone* yang menunjukkan penyebab penjualan Toko Yovis *Sport* belum optimal. Faktor utamanya meliputi *Process*: belum memiliki *website e-commerce* karena keterbatasan biaya, tenaga ahli, dan pengetahuan teknis; *Place*: lokasi kurang strategis, jauh dari pusat keramaian, dan sulit dijangkau; serta *Promotion*: strategi pemasaran terbatas pada media sosial tanpa SEO dan kurangnya kemampuan menerapkan strategi digital kompleks.

### 3.3. Business Model Canvas (BMC)

Pada gambar 4 BMC, bisnis ini bermitra dengan *supplier* bahan, jasa pengiriman, dan *payment gateway*. Kegiatan utama meliputi pengelolaan produk, desain baju olahraga, dan *quality control*, dengan sumber daya berupa SDM, bahan baku, serta brand. Nilai yang ditawarkan adalah produk nyaman, *stylish*, berkualitas premium, dan terjangkau. Hubungan dengan pelanggan dijaga melalui layanan langsung dan penampungan masukan. Penjualan dilakukan lewat media sosial, *marketplace*, dan *website e-commerce*, menyasar wanita pecinta olahraga dan fashion *sporty*. Biaya meliputi produksi, operasional, *maintenance* kantor, domain, dan *hosting*, dengan pendapatan dari penjualan di *marketplace* dan *website* sendiri.

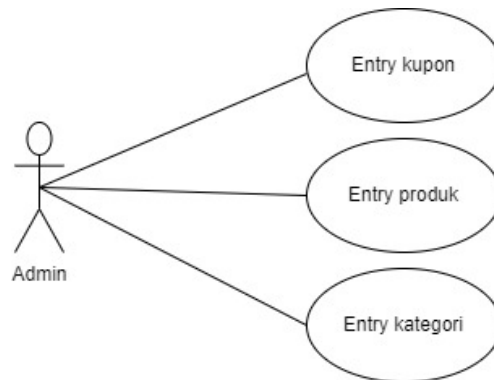


Gambar 4. BMC Toko Yovis *Sport*

### 3.4. Use Case Diagram

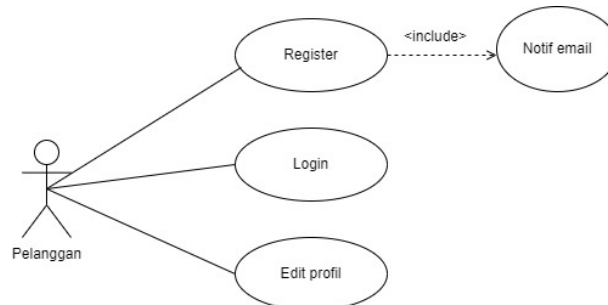
*Use case diagram* adalah salah satu jenis diagram *Unified Modeling Language (UML)* yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna (*user*) dan sistem dalam suatu lingkungan tertentu. *Use case diagram* digunakan untuk mempresentasikan fungsionalitas sistem secara visual, sehingga memudahkan pemahaman dan komunikasi antara pengembang perangkat lunak dengan klien atau pengguna. Dalam *use case diagram* terdiri dari beberapa konsep utama, antara lain.

#### 3.4.1. Use Case Diagram Master Admin



**Gambar 5.** *Use Case Diagram* Master Admin

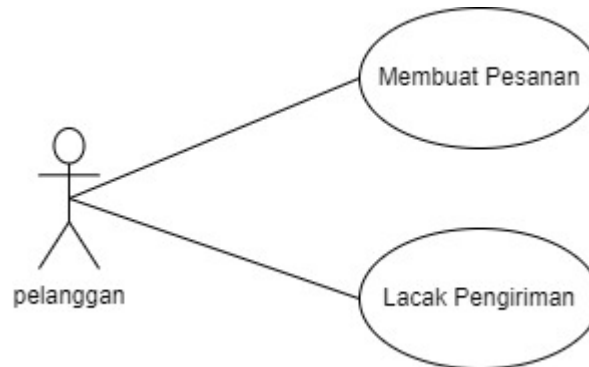
Pada gambar 5 *use case diagram* master admin tersebut merupakan *use case diagram* yang menunjukkan peran admin dalam sistem. Admin memiliki tiga aktivitas utama, yaitu melakukan *entry* data kupon, *entry* data produk, dan *entry* kategori. Diagram ini menggambarkan bahwa admin bertanggung jawab dalam pengelolaan konten utama sistem



**Gambar 6.** *Use Case Diagram* Master Pelanggan

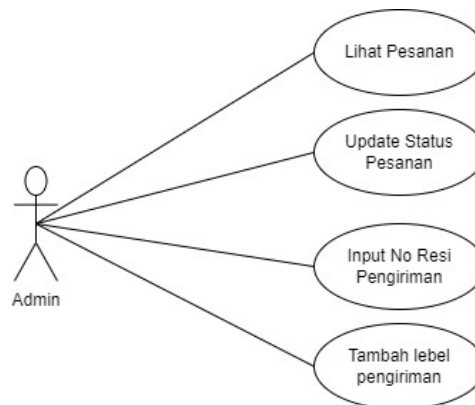
Pada gambar 6 *use case diagram* master pelanggan tersebut merupakan *use case diagram* yang menggambarkan interaksi antara aktor pelanggan dengan sistem. Pelanggan dapat melakukan tiga aktivitas utama, yaitu *register*, *login*, dan edit profil. Pada proses *register*, terdapat hubungan *include* dengan notif email, yang berarti sistem secara otomatis akan mengirimkan notifikasi email setiap kali pelanggan melakukan pendaftaran.

### 3.4.2. Use Case Diagram Transaksi



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 7 use case diagram transaksi di atas menunjukkan use case diagram antara pelanggan dengan sistem. Pelanggan dapat melakukan dua aktivitas utama, yaitu membuat pesanan dan melacak pengiriman. Diagram ini menggambarkan interaksi langsung pelanggan dengan sistem dalam proses pembelian dan pelacakan barang.



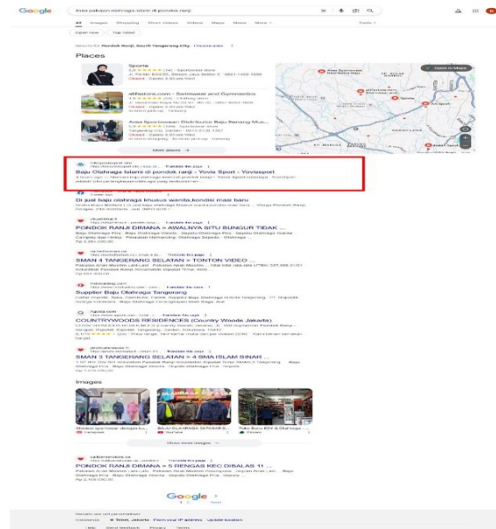
Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 8 use case diagram transaksi di atas merupakan use case diagram yang menggambarkan aktivitas yang dapat dilakukan oleh aktor admin dalam sistem. Admin memiliki empat tanggung jawab utama, yaitu: melihat pesanan untuk memantau data transaksi, memperbarui status pesanan agar pelanggan mengetahui perkembangan pengiriman, menginput nomor resi pengiriman sebagai bukti pengiriman, dan menambahkan label pengiriman guna mendukung proses logistik. Diagram ini menunjukkan bahwa admin memiliki peran penting dalam mengelola alur pesanan dan pengiriman secara menyeluruh

### 3.5. Search Engine Optimization (SEO)

Hasil toko SEO Yovis Sport, hasil dari SEO yang terlihat di mesin pencari dengan kata kunci “Baju Olahraga Islami di Pondok Ranji” pada halaman pertama. Optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*) dilakukan untuk meningkatkan visibilitas website Toko Yovis Sport pada hasil pencarian Google. Proses optimasi dimulai dengan pemilihan kata kunci yang relevan dengan produk, seperti “Baju Olahraga Islami di Pondok Ranji”, “Baju Senam Muslimah Jumbo”, dan “Pakaian Olahraga Wanita”. Kata kunci tersebut kemudian dimasukkan ke dalam pengaturan *meta title* dan *meta description* pada setiap halaman produk agar mudah dikenali oleh mesin pencari. Selain itu, deskripsi produk dibuat lebih informatif dengan dukungan gambar berkualitas tinggi, serta ditambahkan *alt text* pada setiap gambar untuk meningkatkan keterindeksan. Struktur URL juga disesuaikan agar ramah SEO, misalnya [tokoyovissport.site/baju-senam-muslimah](https://tokoyovissport.site/baju-senam-muslimah), sehingga lebih mudah terbaca oleh Google. Upaya ini diperkuat dengan penambahan tautan internal antarhalaman produk untuk memudahkan navigasi sekaligus meningkatkan relevansi konten.

Hasil dari penerapan SEO dapat dilihat pada Gambar 9, di mana website Toko Yovis Sport berhasil muncul pada halaman pertama Google dengan kata kunci “Baju Olahraga Islami di Pondok Ranji”. Pencapaian ini menunjukkan bahwa strategi SEO yang dilakukan mampu meningkatkan visibilitas website, memperluas jangkauan pemasaran, dan mempermudah calon pelanggan dalam menemukan produk secara *online*.

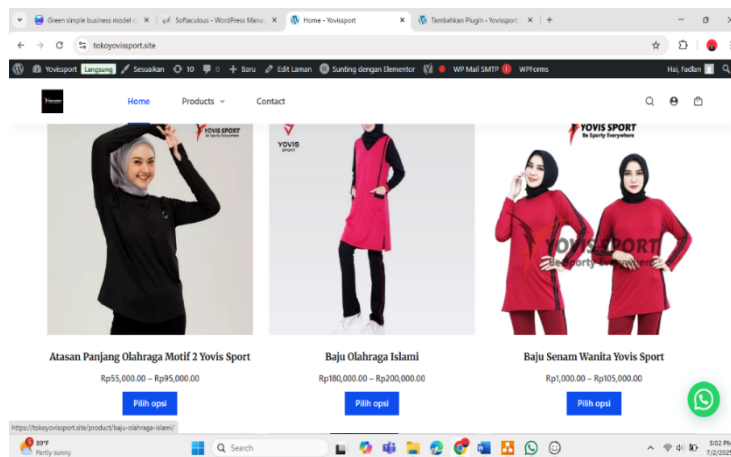


**Gambar 9.** SEO Yovis Sport

### 3.6. Strategi Marketing

Strategi *marketing* yang digunakan adalah strategi *marketing mix 4p*. Fokus yang digunakan yaitu *product, price, place, promotion*.

#### a. Strategi Product (Produk)



**Gambar 10.** Product Toko Yovis Sport

Gambar 10 *Product* toko yovis sport, strategi ini berfokus menampilkan produk yang terjual dengan mengelompokkan produk berdasarkan jenisnya sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam memilih produk yang diinginkan.

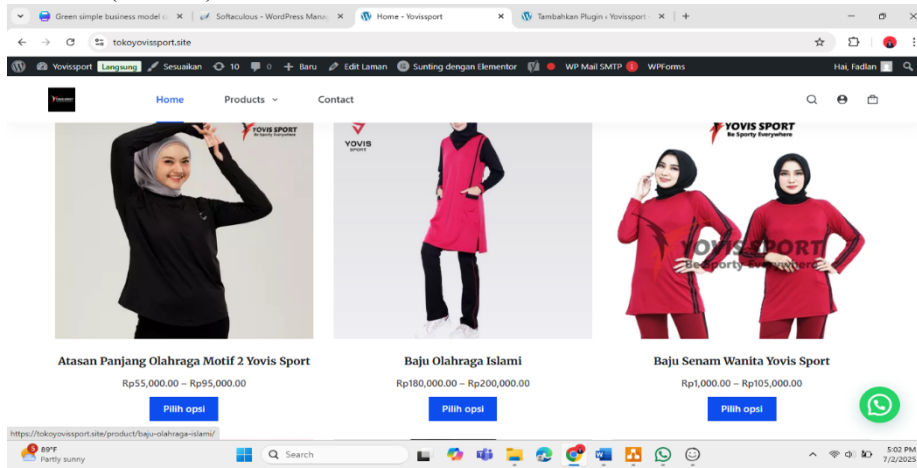
b. Strategi *Price* (Harga)



Gambar 11. *Price* Toko Yovis Sport

Gambar 11 merupakan, *Price* Toko Yovis Sport, menampilkan promo dengan memberikan kenyamanan berupa diskon potongan harga untuk menarik minat pelanggan untuk berbelanja di Toko Yovis Sport.

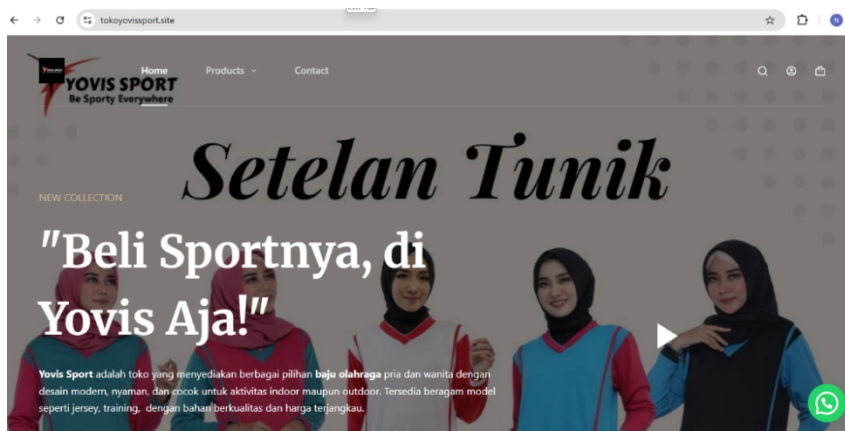
c. Strategi *Promotion* (Promosi)



Gambar 12. *Promotion* Toko Yovis Sport

Gambar 12, tahap ini, promosi yang dilakukan, yaitu dengan cara menampilkan *website* Toko Yovis Sport yang sudah dibuat.

d. *Place* (Tempat)



Gambar 13. *Place* Toko Yovis Sport

Gambar 13, *Place* Toko Yovis Sport, menggunakan *marketplace* dalam pemasarannya. Tetapi belum adanya *website* pribadi, sehingga penulis membuat *website* pribadi dengan nama *tokoyovissport.site*

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *e-commerce* berbasis CMS *WordPress* di Toko *Yovis Sport* terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan online. Sistem yang dibangun dirancang dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), memanfaatkan *plugin WooCommerce*, serta didukung dengan strategi pemasaran digital melalui SEO dan *marketing mix 4P*.

CMS *WordPress* mempermudah pengelolaan produk, transaksi, dan laporan penjualan secara terstruktur sehingga dapat mengurangi kesalahan yang sering terjadi pada sistem manual. Integrasi *WooCommerce* juga memberikan dukungan signifikan terhadap peningkatan penjualan melalui fitur keranjang belanja, proses *checkout* otomatis, dan notifikasi pesanan yang membantu mempercepat serta mempermudah transaksi. Sementara itu, penerapan SEO dan strategi *marketing mix 4P* terbukti mampu memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan visibilitas toko secara online, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan bisnis digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Nicholas, "Perancangan sistem informasi persediaan barang berbasis website di Toko Sembako Dewi," Doctoral Dissertation, Univ. Islam Balitar, 2024.
- [2] A. Irwanda, A. Abiyus, W. Munthe, R. A. Herdiansyah, and F. Juliani, "Efek mediasi e-service quality pada pengaruh search engine optimization dan media sosial terhadap minat kuliah di Universitas Lancang Kuning," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 1, no. 2, pp. 766–768, 2023.
- [3] E. Siswanto, E. S. Wibawa, and Z. Mustofa, "Implementasi aplikasi sistem peramalan persediaan barang menggunakan metode single moving average berbasis web," *Elkom: Jurnal Elektronika dan Komputer*, vol. 14, no. 2, pp. 224–233, 2021, doi: 10.51903/elkom.v14i2.515.
- [4] J. Erwandi, S. A. Sidaruk, S. Gan, V. A. Usli, and A. Wardoyo, "Smart-UMKM: aplikasi penyedia business model canvas dan pelatihan sebagai wadah dalam pengembangan UMKM di Indonesia," *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, vol. 3, no. 3, pp. 375–380, 2021.
- [5] P. N. N. Fadillah and M. R. Gaffar, "Perancangan dan pembuatan company profile berbasis website menggunakan CMS WordPress pada Kafe Kajja Korean Street Food di Garut," *Applied Business and Administration Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 91–99, 2023, doi: 10.62201/abaj.v2i1.43.
- [6] A. F. Pratama and A. Diana, "Implementasi e-commerce dengan content management system WordPress menggunakan WooCommerce pada Hopeandsoles.id," *Indonesia Journal Information System (Idealis)*, vol. 4, no. 1, pp. 20–29, 2021.
- [7] O. M. Febriani, A. S. Putra, and R. P. Prayogie, "Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2020 IBI Darmajaya Bandar Lampung," *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2020 IBI Darmajaya*, 2020.
- [8] Goesderilider, "Membangun website Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) STMIK Indragiri menggunakan WordPress," *Jurnal IndraTech*, vol. 2, no. 2, pp. 62–69, 2021.
- [9] A. H. Manullang, M. Aritonang, and M. J. Purba, "Sistem informasi bimbingan belajar Number One Medan berbasis web," *Tamika: Jurnal Tugas Akhir Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, vol. 1, no. 1, pp. 44–49, 2021, doi: 10.46880/tamika.Vol1No1.pp44-49.
- [10] N. Metafani et al., "Aplikasi pengenalan cagar budaya Tangerang berbasis Android di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang," *Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik*, vol. 1, no. 1, pp. 66–70, 2020.
- [11] I. R. Muddin and S. Muryanto, "Pemanfaatan media website sebagai promosi penjualan alat pancing Muara Pancing di saat pandemi Covid-19 di Kiringan RT 01/RW 06 Boyolali," *Senyum Boyolali*, vol. 2, no. 1, pp. 26–32, 2021, doi: 10.36596/sb.v2i1.530.
- [12] R. Pitriyani, G. Triyono, and S. Y. Nugroho, "Pengembangan model sistem e-commerce berbasis web dengan content management system (CMS)," *Indonesia Journal Information System (Idealis)*, vol. 4, no. 1, 2021.
- [13] Y. L. R. Rehatalanit, "Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis," *Jurnal Teknologi Industri*, vol. 5, no. 1, pp. 63–69, 2021.
- [14] J. Saputra, Y. Trimarsiah, M. Asia, J. A. Jenderal Yani No, T. Baru, and S. Selatan Korespondensi, "Membangun sistem informasi tracer alumni pada SMK Negeri 1 Prabumulih berbasis web," *Tracer Alumni SMK Negeri 1 Prabumulih*, vol. 7, no. 2, 2024.