

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

STEERING COMMITTEE	i
REDAKSI.....	3
MITRA BESTARI.....	4
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	7

CYBER SECURITY

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

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

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 Budiyo183-191

PENERAPAN ALGORITMA APRIORI UNTUK MENGANALISA POLA PENJUALAN
PADA CIPTA ADIDAYA – STEAK
Hendryansyah Saputra, Sri Mulyati192-200

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 Triyono231-240

CLUSTERING DATA MOBIL BEKAS OLX MENGGUNAKAN ALGORITME K-MEANS
DAN GAUSSIAN MIXTURE MODEL
Raynaldi Dwi Cahyono, Gandung Triyono241-250

IMPLEMENTASI METODE NAIVE BAYES DAN SVM DALAM ANALISIS SENTIMEN
MASYARAKAT INDONESIA TERKAIT FENOMENA KABUR AJA DULU PADA
MEDIA SOSIAL X
Taufiq Rahman, Sejati Waluyo251-260

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

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

IMPLEMENTASI DATA MINING UNTUK ANALISIS POLA PENJUALAN OBAT MENGUNAKAN ALGORITMA APRIORI	Deny Riyanto, Pipin Farida Ariyani.....468-477
PENERAPAN ALGORITMA NAIVE BAYES UNTUK ANALISIS SENTIMEN OPINI MASYARAKAT PADA DATA TWITTER	Al Hajju Arafah, Rizky Pradana478-485
IMPLEMENTASI DATA MINING BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH TERHADAP MARKET BASKET ANALYSIS PENJUALAN FASHION	Ghina Nabila Febrianti, Mardi Hardjianto.....486-494
PENERAPAN ALGORITMA RANDOM FOREST UNTUK MENDETEKSI SERANGAN SIBER	Fadhilla Muhammad, Safrina Amini495-502
KLASTERISASI KELOMPOK APT BERDASARKAN TEKNIK SERANGAN PADA MITRE ATT&CK FRAMEWORK MENGGUNAKAN ALGORITMA HIERARCHICAL AGGLOMERATIVE DAN K-MODES	Muchamad Angga Dwi Wahyu, Dian Anubhakti, Hendi Setiawan503-512
ANALISIS SENTIMEN KOMENTAR YOUTUBE TERHADAP ISU BISNIS GELAP DOKTER DAN PERUSAHAAN FARMASI MENGGUNAKAN ALGORITMA NAÏVE BAYES	Septian Farriz Hartono, Achmad Solichin, noni juliasari, purwanto purwanto ...513-522
KLASIFIKASI SENTIMEN NETIZEN TERHADAP PATRICK KLUIVERT DI PLATFORM X DENGAN METODE NAÏVE BAYES	Alif Al Fadhilla; Wahyu Pramusinto, Hadidtyo Wardani523-530
ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA APLIKASI OLXMOBBI PADA SOSIAL MEDIA X MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE	Maesheilla Noordjaianti Diva Utama, Arief Wibowo.....531-538
PENERAPAN ALGORITMA APRIORI UNTUK REKOMENDASI PENATAAN OBAT DI APOTEK	Burhanul Arifin, Painem539-546
ANALISIS SENTIMEN KUALITAS PELAYANAN MIKROTRANS JAKLINGKO DENGAN ALGORITMA NAÏVE BAYES CLASSIFIER	Indira Arifin, Noni juliasari547-555

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 Prabowo623-631

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

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 Setiono811-820

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

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

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

PENERAPAN METODE SAW UNTUK Mendukung Keputusan Penerimaan Karyawan Host Live pada CV.Dunia Mas Computer Salma Hayati, Anita Diana	1190-1199
PENERAPAN E-BUSINESS PENYEWAAN MOBIL pada BSU RENT CARS Fahri Ansyah, Dian Anubhakti, Retno Wulandari	1200-1207
PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM pada TOKO ARSYAM FASHION STORE untuk Meningkatkan Penjualan Tegar Cahyo Erianto, Humisar Hasugian	1208-1217
PERANCANGAN SISTEM RESERVASI DAN PEMESANAN Berbasis Web pada COFFEE SHOP ALLEY.JKT dengan Integrasi Payment Gateway Virgi Aditya Putra, Yudi Santoso, Nurwati	1218-1227
PERANCANGAN E-COMMERCE PAKAIAN MUSLIM Berbasis Content Management System Wordpress pada TOKO AL-VIATHOR Novia Paraswati, Bruri Trya Sartana	1228-1237
IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE Berbasis CMS MENGGUNAKAN WORDPRESS: STUDI KASUS pada TOKO KIRANASANI Fiqi Alvarizi Fahmi, Lauw Li Hin	1238-1247
PERANCANGAN E-COMMERCE Berbasis Content Management System untuk Meningkatkan Penjualan pada TOKO BOUQUET BY DITHA Wasilah Ulul Azmi, Atik Ariesta	1248-1257
PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN KUKU PALSU Berbasis Content Management System (CMS) untuk Meningkatkan Penjualan Ezza Putri, Lestari Margatama	1258-1267
IMPLEMENTASI PENUNJANG Keputusan Lokasi Strategis ARTOLOUIS Berbasis Analytical Hierarchy Process Amanda Aura Putri, Lis Suryadi	1268-1275
PERANCANGAN E-COMMERCE dengan Content Management System untuk Mendukung Penjualan Produk TOKO MELT A DESSERT Renaldi Rachman, Agus Umar Hamdani	1276-1285
SISTEM PENUNJANG Keputusan Penilaian Kinerja Karyawan Berbasis SAW: STUDI KASUS di YAYASAN AS-SALAM JOGLO Rangga Prakoso, Dian Anubhakti	1286-1293

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

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

PERANCANGAN *WEBSITE E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* PADA TOKO ARSYAM FASHION STORE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Tegar Cahyo Erianto^{1*}, Humisar Hasugian²

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}2112500562@student.budiluhur.ac.id, ²humisar.hasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi berbagai aspek bisnis, termasuk industri *thrifting* yang saat ini digemari anak muda. Arsyam Fashion Store merupakan toko yang bergerak di bidang penjualan pakaian bekas dengan harga terjangkau, namun menghadapi kendala dalam operasional toko seperti keterbatasan informasi stok secara *real-time*, pemesanan yang masih dilakukan secara manual melalui *WhatsApp*, dan proses pembuatan laporan penjualan yang masih manual sehingga membutuhkan waktu lebih lama serta rawan kesalahan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun *Website E-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress* dengan *Plugin WooCommerce* agar dapat mengatasi kendala tersebut serta membantu pelanggan untuk melihat ketersediaan produk secara *real-time*, melakukan pemesanan secara mandiri, dan mempercepat pemilik toko dalam merekap laporan secara otomatis. Metode penelitian yang digunakan bersifat empiris dan sistematis, diawali dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Analisis kebutuhan dilakukan menggunakan *Business Model Canvas*, *Fishbone Diagram*, dan pemodelan sistem dengan *Unified Modeling Language (UML)* seperti *Use case diagram* dan *Activity diagram*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Website* yang dirancang dapat membantu pelanggan memesan produk kapan saja tanpa batasan waktu operasional dan memudahkan pemilik toko dalam mendapatkan laporan penjualan secara akurat dan cepat. *Website* juga dilengkapi dengan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* agar lebih mudah ditemukan pada hasil pencarian Google sehingga memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya *Website E-commerce* ini, Arsyam Fashion Store dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan profesionalitas bisnis, serta mampu bersaing dengan usaha *thrifting* lain di era digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *E-commerce*, *CMS*, *WordPress*, *WooCommerce*, *SEO*, Arsyam Fashion Store, *thrifting*.

E-COMMERCE WEB DESIGN USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM AT ARSYAM FASHION STORE TO INCREASE SALES

Abstract- The development of digital technology has influenced various aspects of business, including the *thrifting* industry, which is currently popular among young people. Arsyam Fashion Store, a store that sells used clothing at affordable prices, faces operational challenges such as limited *real-time* stock information, orders that are still processed manually via *WhatsApp*, and a manual sales reporting process that is still time-consuming and prone to errors. This study aims to design and build an *E-commerce Website* using the *WordPress Content Management System (CMS)* with the *WooCommerce Plugin* to overcome these obstacles and help customers see product availability in *real-time*, place orders independently, and speed up the store owner's automatic report summarization. The research method used is empirical and systematic, starting with data collection through observation, interviews, documentation, and literature studies. Needs analysis was conducted using *Business Model Canvas*, *Fishbone Diagrams*, and system modeling with *Unified Modeling Language (UML)* such as *Use case diagrams* and *Activity diagrams*. The results show that the designed *Website* can help customers order products anytime without operational time constraints and makes it easier for store owners to obtain accurate and fast sales reports. The *Website* also features a *Search Engine Optimization (SEO)* strategy to make it easier to find in Google search results, thereby expanding its market reach. With this *E-commerce Website*, Arsyam Fashion Store can improve its business efficiency, effectiveness, and professionalism, and sustainably compete with other *thrifting* businesses in the digital era.

Keywords: *E-commerce*, *CMS*, *WordPress*, *WooCommerce*, *SEO*, Arsyam Fashion Store, *thrifting*.

1. PENDAHULUAN

Di era modern ini perkembangan teknologi digital sangat pesat, muncul berbagai inovasi yang mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk mereka. Salah satu inovasi yang paling signifikan adalah *electronic commerce* atau *E-commerce*, yaitu sistem perdagangan berbasis internet yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring tanpa batasan waktu dan lokasi. Pada era digital ini, adopsi teknologi *E-commerce* bukan

lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan bagi bisnis yang ingin bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Dalam beberapa tahun terakhir, tren *thrifting* sangat di minati khususnya kalangan anak muda. Toko *thrifting* itu sendiri adalah toko yang menjual pakaian bekas yang masih layak pakai mulai dari baju, kemeja, jaket, dan celana dari *brand-brand* ternama dengan harga yang sangat terjangkau. Arsyam Fashion Store adalah sebuah toko yang bergerak dibidang *fashion*, toko ini menjual pakaian laki-laki berupa baju, jaket, *crewneck* hingga kemeja. Toko Arsyam Fashion Store ini memasarkan dan menjual produk nya melalui *offline* dan *Online*, untuk penjualan *offline* toko ini mempunyai toko fisik yang berada di jalan palmerah barat, dan untuk penjualan *Online* toko ini menjual melalui Instagram dan Tiktok. Tetapi untuk *Platform* Tiktok itu hanya di gunakan untuk *live* saja dan untuk pemesanan nya itu masih melalui *WhatsApp*, *live* Tiktok nya itu hanya ada di jam 4 sore dan jam 9 malam saja. Toko ini mempunyai permasalahan yaitu pelanggan kesulitan dalam melihat produk yang tersedia di karenakan Instagram dan Tiktok tidak menampilkan ketersediaan barang secara *real time*, selain itu proses pemesanan yang harus menghubungi melalui *Direct Message* atau *WhatsApp* untuk melakukan pemesanan dan pelanggan harus menunggu admin nya untuk merespon sehingga dapat memakan banyak waktu. Pembuatan laporan harian yang masih ditulis tangan sehingga memerlukan waktu yang banyak dan membuat laporan jadi kurang akurat. Dengan adanya permasalahan yang terjadi pada toko Arsyam Fashion Store, maka di buatlah *Website E-commerce* menggunakan CMS (*Content Management System*) dengan adanya *Website* ini diharapkan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dan bisa memudahkan pelanggan dalam berbelanja secara *Online* sehingga pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. Bagaimana merancang *Website E-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan *plugin WooCommerce* untuk mengatasi kendala informasi stok produk yang tidak *real-time*?. Bagaimana sistem pemesanan dapat diotomatisasi agar pelanggan tidak perlu lagi menunggu respon admin melalui *WhatsApp*?. Bagaimana pembuatan laporan penjualan dapat dilakukan secara otomatis agar lebih cepat, akurat, dan mengurangi kesalahan manual?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Membangun *Website E-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan *plugin WooCommerce* yang mampu menyajikan informasi stok produk secara *real-time*. Mengembangkan sistem pemesanan otomatis yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa harus menunggu respon admin. Menyediakan fitur laporan penjualan otomatis untuk meningkatkan kecepatan, ketepatan, dan efisiensi dalam proses pencatatan laporan.

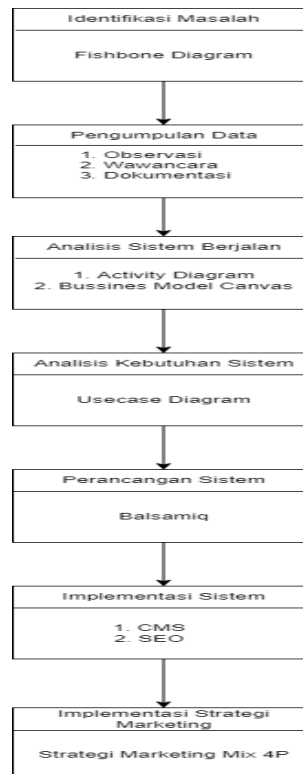
Studi literatur yang digunakan pada penelitian ini. Perkembangan digital menggeser pola belanja ke transaksi *online*, namun Toko D'Men Fashion masih berjualan manual sehingga jangkauannya terbatas. Penelitian ini mengembangkan *website e-commerce* berbasis *WordPress* dan *WooCommerce* untuk memudahkan pemesanan, memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memberi kemudahan belanja tanpa batas waktu dan lokasi.[1] Flanelis adalah toko *online fashion* wanita yang masih mengandalkan media sosial dan pencatatan manual. Penelitian ini mengembangkan *website e-commerce* berbasis *WordPress* untuk memperluas pemasaran dan mempermudah laporan penjualan. *Website* ini meningkatkan jangkauan pasar, mempercepat pencatatan, serta menyediakan platform mandiri yang didukung pelatihan admin, pemeliharaan, dan promosi digital. [2] RB Supply, toko *fashion* sejak Juni 2020, masih bergantung pada Instagram dengan jangkauan terbatas dan pencatatan tidak terstruktur. Penelitian ini mengembangkan *e-commerce* berbasis *WordPress* dengan SEO untuk memperluas pemasaran, memudahkan pencarian produk, mempercepat pencatatan transaksi, dan meningkatkan efisiensi operasional. [3] BOYSDistro Betawi Boys adalah bisnis *fashion* benuansa Betawi yang masih mengandalkan penjualan langsung dan media sosial. Selama pandemi, penjualan menurun karena promosi kurang efektif dan pencatatan tidak terstruktur. Penelitian ini mengembangkan *website e-commerce* berbasis *WordPress* dengan SEO untuk memperluas pasar, menyediakan bukti transaksi, memperbarui stok *real-time*, dan mempermudah pembelian *online* guna meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional.[4] Penelitian ini mengkaji Toko Jaket Kulit Naufal, yang masih mengandalkan penjualan langsung, promosi lewat media sosial, dan pencatatan manual. Solusinya adalah pengembangan *Website E-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mempermudah transaksi *Online*, pengelolaan penjualan, promosi, dan pembuatan laporan secara efisien. [5]

Tabel 1 Perbedaan Penelitian

Penelitian Sebelumnya	Perbedaan Penelitian
Pada toko D, Men masih menggunakan metode pembayaran transfer bank. Pada pada <i>online shop</i> flanelis belum menggunakan strategi marketing.	Sedangkan Toko Arsyam Fashion Store sudah menggunakan <i>plugin tripay</i> . Sedangkan Arsyam Fashion Store sudah menggunakan strategi marketing untuk memperluas jangkauan pasar.
Pada toko RB <i>Supply</i> membahas penjualan produk baru.	Sedangkan Arsyam Fashion Store membahas penjualan pakaian <i>thrift</i> atau pakaian bekas.
Pada toko jaket kulit naufal belum menggunakan <i>Fishbone Diagram</i> untuk menganalisis masalah.	Sedangkan Arsyam Fashion Store sudah menggunakan <i>Fishbone Diagram</i> untuk menganalisis masalah.

2. METODE PENELITIAN

Langkah-langkah penelitian adalah rangkaian proses yang disusun secara sistematis untuk menyelesaikan suatu permasalahan atau mencapai tujuan tertentu. Berikut ini merupakan tahapan penelitian yang disajikan oleh penulis dalam bentuk diagram alur.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

a. Identifikasi Masalah

Setelah mengidentifikasi permasalahan di Arsyam Fashion Store, penulis melanjutkan dengan menganalisis penyebabnya. Untuk itu, digunakan Diagram *Fishbone* sebagai alat bantu dalam menguraikan permasalahan yang terjadi, sehingga hubungan sebab-akibat dapat terlihat lebih jelas dan penyebab utama dari kendala dalam proses operasional dapat diketahui.

b. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, dilakukan langkah awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dengan tujuan memperoleh informasi yang dibutuhkan melalui proses pengumpulan data menggunakan beberapa metode, antara lain sebagai berikut :

Observasi

Metode ini dilakukan dengan observasi langsung di Arsyam Fashion Store untuk memahami operasional harian dan mengidentifikasi permasalahan di lapangan.

Wawancara

Metode ini dilakukan dengan wawancara kepada pemilik Arsyam Fashion Store untuk memahami permasalahan dan alur bisnis.

Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto toko, daftar harga, profil usaha, gambar produk, serta catatan transaksi dan laporan manual sebagai pendukung analisis.

c. Analisis Sistem Berjalan

Penelitian ini menganalisis alur kerja Arsyam Fashion Store, seperti pemesanan dan pembayaran, lalu menggambarkannya dengan *Activity Diagram*. Selain itu, *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk memetakan komponen utama bisnis guna merumuskan strategi yang lebih fokus, termasuk aspek pengeluaran.

d. Analisis Kebutuhan Sistem

Setelah melakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, penulis mengidentifikasi sejumlah kekurangan pada toko. Oleh karena itu, pada tahap berikutnya penulis menganalisis kebutuhan sistem dengan menggunakan *Use case diagram* guna menentukan berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi oleh Arsyam Fashion Store.

e. Perancangan Sistem

Dalam tahap perancangan antarmuka, penulis menggunakan perangkat lunak *Balsamiq* untuk membuat rancangan tampilan layar pada *Website* Arsyam Fashion Store. Hasil dari perancangan ini adalah tampilan yang mudah digunakan (*user friendly*) dan menyajikan berbagai menu yang tersedia di dalam *Website*.

f. Implementasi Sistem

Pengembangan *Website E-commerce* menggunakan CMS *WordPress* dengan dukungan domain dan hosting agar dapat diakses *online*. Sebelum dioperasikan penuh, dilakukan tahap pengujian bersama pengguna. Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) Untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, diterapkan SEO dengan bantuan *plugin* yang mengoptimalkan kata kunci, meta deskripsi, dan elemen terkait.

g. Implementasi Strategi Marketing

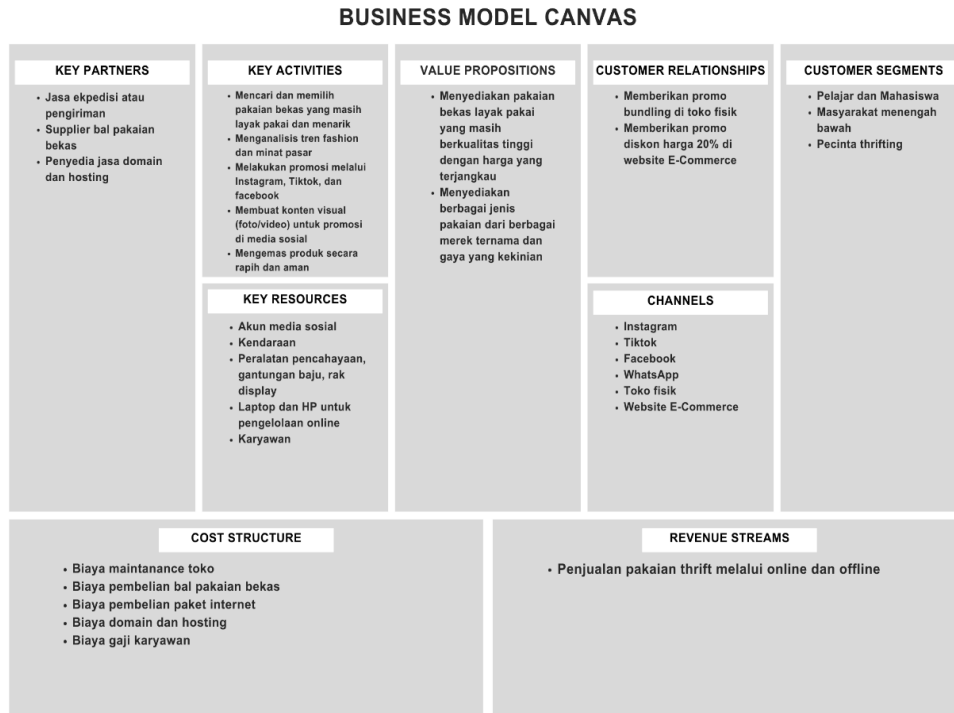
Strategi marketing mix 4P difokuskan pada tiga aspek: Product melalui katalog di *website*, Price dengan *voucher* potongan harga, dan *Promotion* lewat TikTok serta halaman utama *website*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisis, hasil implementasi ataupun pengujian serta pembahasan dari topik penelitian, yang bisa dibuat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya.

3.1 Model Bisnis

Business Model Canvas (BMC) merupakan strategi manajemen yang disajikan dalam bentuk diagram visual berisi sembilan komponen utama. Strategi ini bertujuan untuk memvisualisasikan ide dan konsep bisnis secara jelas. Secara ringkas, BMC adalah kerangka manajemen yang membantu memahami serta mewujudkan gambaran bisnis dengan cepat dan menyeluruh. [6]

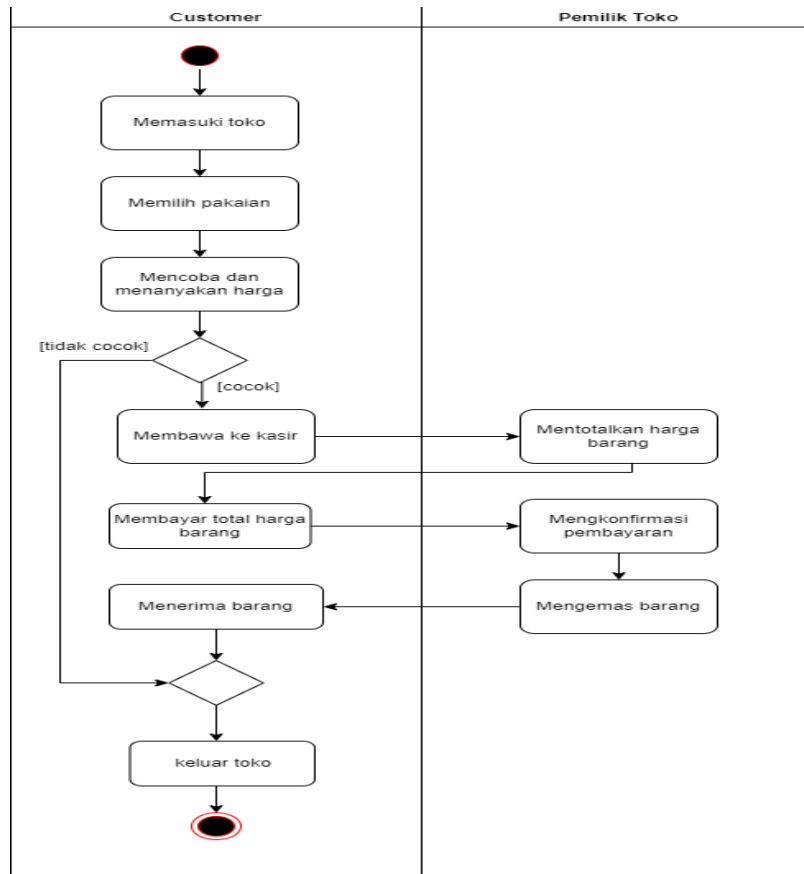


Gambar 2. Business Model Canvas

3.2 Alur Bisnis

Activity diagram adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan alur logika prosedural serta proses bisnis yang berlangsung di dalam suatu sistem informasi. [7]

Proses pemesanan langsung di toko dimulai dari *Customer* memasuki toko Arsyam Fashion Store. *Customer* mulai memilih pakaian, setelah *Customer* memilih pakaian *Customer* mencoba dan menanyakan harga jika tidak ada yang cocok *Customer* bisa langsung keluar toko, jika cocok *Customer* akan membawa ke kasir setelah itu pemilik toko akan mentotalkan harga barang, lalu *Customer* membayar total harga barang. Setelah *Customer* melakukan pembayaran pemilik toko mengkonfirmasi pembayaran setelah itu pemilik toko akan mengemas barang dan *Customer* menerima barang dan *Customer* meninggalkan toko. Setelah *Customer* melakukan pembayaran pemilik toko mengkonfirmasi pembayaran setelah itu pemilik toko akan mengemas barang dan *Customer* menerima barang, lalu *Customer* meninggalkan toko.

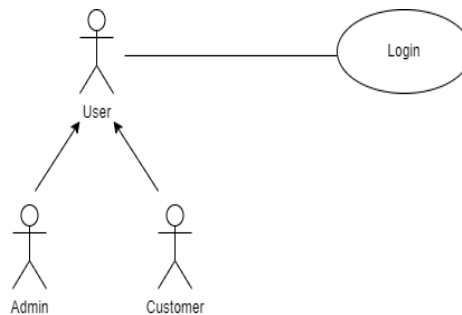


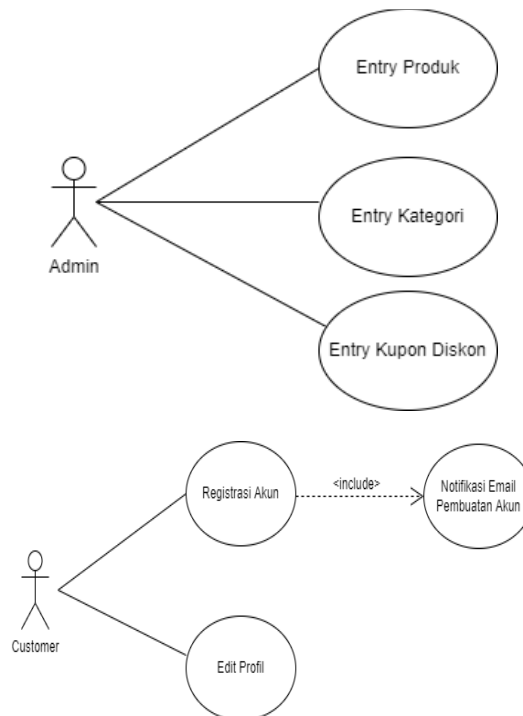
Gambar 3. Proses Pembelian Melalui Toko

3.3 Use Case Diagram

Use case diagram adalah diagram yang menggambarkan fungsi serta kegunaan suatu sistem dari perspektif pengguna luar sistem yang disebut sebagai aktor. [8]

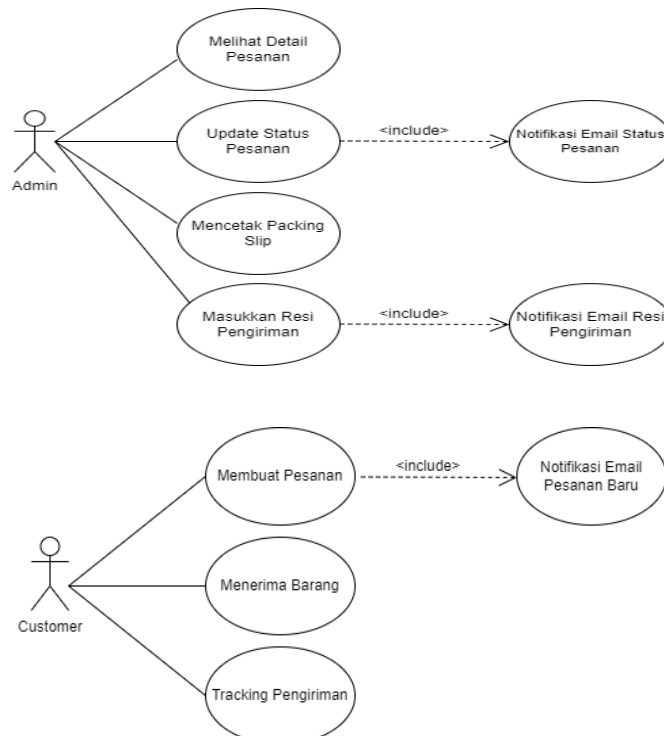
Pada diagram Use Case master, ditampilkan berbagai aktivitas yang dijalankan oleh admin dan pelanggan.





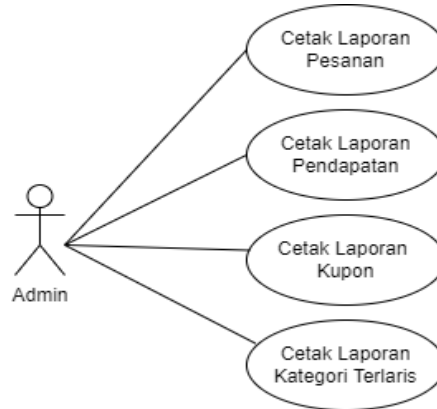
Gambar 4. Use Case Diagram Master

Pada diagram *Use Case* transaksi terdapat dua aktor, yaitu admin dan *customer*. Admin memiliki peran untuk melihat detail pesanan, *update* status pesanan, menerima notifikasi melalui email, serta mengirim bukti pengiriman. Sementara itu, *customer* dapat melakukan membuat pesanan, menerima notifikasi email, menerima barang dan dapat melacak pengiriman.



Gambar 5. Use Case Diagram Transaksi

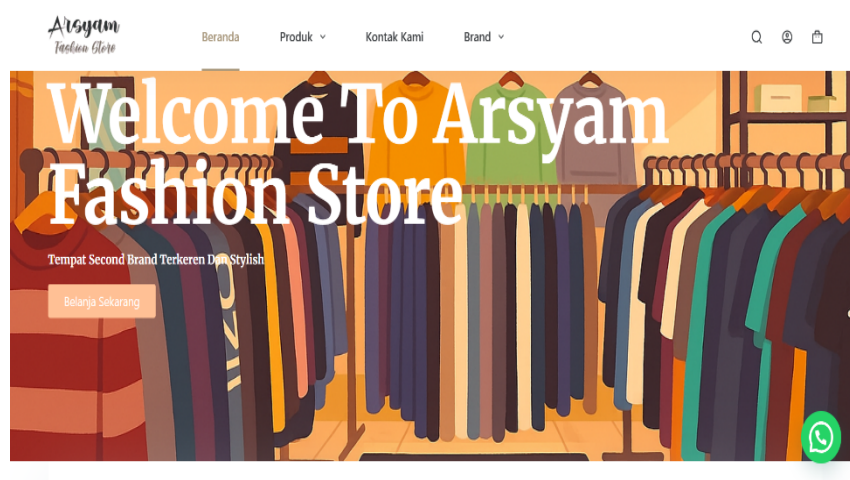
Pada diagram *Use Case* laporan terdapat satu aktor, yaitu admin, yang dapat mencetak laporan pesanan, laporan pendapatan, laporan kupon, serta rekapitulasi kategori terlaris.



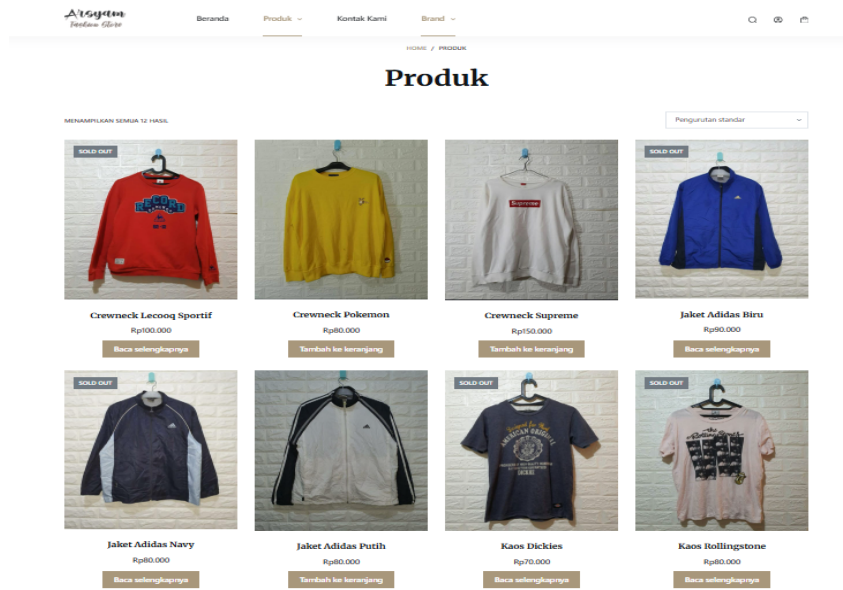
Gambar 6. *Use Case* Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

Balsamiq adalah sebuah aplikasi komputer yang digunakan untuk membuat rancangan *mockup* dari aplikasi yang akan dibangun. Aplikasi ini berperan dalam tahap perencanaan dan desain awal sebuah sistem atau perangkat lunak. [9] Tampilan beranda *Website Arsyam Fashion Store* menampilkan banner dengan tombol ajakan belanja, keterangan kualitas terbaik, diskon menarik, dan harga terjangkau. Di bawahnya terdapat banner *voucher* diskon, daftar produk, koleksi terbaru, serta *footer* berisi kontak dan media sosial. Halaman produk menampilkan seluruh produk yang tersedia, dilengkapi header untuk memudahkan *Customer* mencari produk berdasarkan kategori.



Gambar 7. Rancangan Layar Bagian Beranda



Gambar 8. Rancangan Layar Semua Produk

3.5 Search Engine Optiization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) White Hat adalah strategi untuk meningkatkan posisi suatu Website di hasil pencarian mesin pencari dengan menerapkan cara yang etis serta mengikuti pedoman yang telah ditetapkan. Salah satu teknik yang dapat digunakan adalah *Link Kontekstual*, yaitu metode penanaman kata kunci yang relevan ke dalam konten situs guna memperkuat keterkaitan dan relevansi Website di pandangan mesin pencari. [10] Pada gambar 9 menunjukkan hasil alamat Website Arsyam Fashion Store berada halaman pertama pada mesin pencari pada tanggal 24 juni 2025.



Gambar 9. Hasil Seo

3.6 Strategi Marketing

Strategi marketing yang di gunakan oleh toko Arsyam Fashion Store adalah *marketing mix* 4P, namun hanya berfokus pada tiga aspek utama: produk, harga, dan promosi. Strategi produk menitikberatkan pada penampilan produk yang telah terjual dengan cara mengelompokkan produk sesuai kategorinya, sehingga mempermudah pelanggan dalam menemukan dan memilih produk yang mereka butuhkan. Selanjutnya ada strategi harga, Arsyam Fashion Store menghadirkan kenyamanan bagi pelanggan dengan menawarkan diskon harga sebagai upaya untuk menarik minat mereka berbelanja di toko tersebut. Dan yang terakhir ada strategi promosi yaitu Arsyam Fashion Store melakukan promosi melalui media sosial dengan menggunakan *Platform* tiktok yaitu dengan membuat konten yang menarik serta mempromosikan pakaian yang baru *ready*. Guna untuk menarik perhatian audiens yang lebih banyak lagi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Toko Arsyam Fashion Store, diperoleh kesimpulan sebagai berikut. Kehadiran *Website E-commerce* Arsyam Fashion Store memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan kapan saja tanpa terikat pada jadwal *live* atau menunggu balasan admin melalui *WhatsApp*, sehingga proses penjualan menjadi lebih efisien. Selain itu, *Website* ini membantu pemilik toko dalam merekap laporan penjualan secara otomatis dan akurat, sehingga meminimalkan kesalahan manusia serta menghemat waktu dibandingkan pembuatan laporan secara manual. Dengan adanya platform *E-commerce* ini, jangkauan pelanggan menjadi lebih luas, proses belanja semakin praktis, dan citra profesional toko meningkat dalam menghadapi persaingan bisnis *thrifting* di era digital. Penerapan fitur-fitur pada Website *E-commerce* Arsyam Fashion Store terbukti selaras dengan hasil analisis *Fishbone* Diagram yang menguraikan permasalahan utama, seperti keterbatasan informasi stok, proses pemesanan manual, serta pencatatan laporan yang masih rawan kesalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. I. Oksapel, M. Fajar, J. Jonathan, and I. Rahdiana, "Rancangan *E-commerce* Berbasis CMS (Content Management System) Pada Toko D,MEN Fashion Untuk Meningkatkan Omset Penjualan," vol. XIII, no. 02, pp. 78–82, 2024.
- [2] A. Fuad and S. Juanita, "Penerapan *E-commerce* Menggunakan Cms *WordPress* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada *Online Shop* Flanelis," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 511–518, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.2309.
- [3] F. A. Rasyid and S. Juanita, "Aplikasi *E-commerce* Berbasis Content Management System untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko RB Supply," *J. SISKOM-KB (Sistem Komput. dan Kecerdasan Buatan)*, vol. 7, no. 1, pp. 48–55, 2023, doi: 10.47970/siskom-kb.v7i1.466.
- [4] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi *E-commerce* Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2867.
- [5] A. R. Fadillah and L. Fajarita, "Perancangan Dan Pembangunan Aplikasi *E-commerce* Berbasis Web Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Jaket Kulit Naufal," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 85–91, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1568.
- [6] U. Milik, D. Jatirejo, M. R. Zainida, N. F. Prabawati, C. Dwi, and B. M. Canvas, "Jurnal Abdiraja," vol. 7, no. September, pp. 141–148, 2024.
- [7] T. Wulandari and S. Nurmiati, "Rancang Bangun Sistem Pemesanan Wedding Organizer Menggunakan Metode Rad di Shofia Ahmad Wedding," *J. Rekasaya Inf.*, vol. 11, no. 69, pp. 79–85, 2022.
- [8] R. Rohmanto and T. Setiawan, "Perbandingan Efektivitas Sistem Pembelajaran Luring dan Daring Menggunakan Metode Use case dan Sequence Diagram," *Intern. (Information Syst. Journal)*, vol. 5, no. 1, pp. 53–62, 2022, doi: 10.32627/internal.v5i1.506.
- [9] N. Metafani, Djamaludin, and A. Hardiyanto, "Pengenalan Cagar Budaya Tangerang Berbasis Android di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang," *J. Ilm. Fak. Tek.*, vol. 1, no. 1, pp. 66–73, 2020, [Online]. Available: ojs.ejournal.unis.ac.id:article/515
- [10] D. H. Untari Ningsih, D. B. Santoso, N. Mariana, and S. Saefurrohman, "Model Strategi Edumarketplace Selasarkaryakriya Dengan Pendekatan Integrated Marketing Communication," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 11, no. 3, pp. 415–422, 2022, doi: 10.32736/sisfokom.v11i3.1505.