

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

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

ANALISIS DAN DESAIN WEBSITE E-COMMERCE PADA TOKO ANEKA BARU MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

Raihan Nur Kharisman¹, Ita Novita^{2*}

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

Email: ¹1912500491@student.budiluhur.ac.id

^{2*}Penulis2@email.com (* :
corresponding author)

Abstrak- Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi memberikan dampak besar terhadap berbagai sektor, termasuk perdagangan. Salah satu bentuk inovasi yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha adalah melalui penerapan sistem *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi penjualan, serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan dalam bentuk kemudahan akses informasi dan layanan yang lebih cepat. Toko Aneka Baru, sebuah toko serba ada yang berlokasi di Jl. Pd. Betung Raya, Tangerang Selatan, saat ini masih mengandalkan sistem penjualan secara konvensional dan belum memiliki platform *online*, sehingga menghadapi kendala dalam memperluas pangsa pasar serta meningkatkan penjualan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini menghasilkan sebuah *website e-commerce* berbasis CMS WordPress yang dilengkapi dengan fitur katalog produk, keranjang belanja, sistem pembayaran online, pengelolaan stok otomatis, halaman informasi promosi, serta fitur manajemen pesanan yang mempermudah interaksi antara toko dan konsumen. Website ini juga diintegrasikan dengan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari dan dapat menjangkau calon pelanggan baru. Metodologi penelitian meliputi pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen, pemodelan bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC), serta perancangan sistem menggunakan *Unified Modeling Language* (UML). Hasil implementasi menunjukkan bahwa *website e-commerce* yang dibangun mampu memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan efektivitas penjualan, serta memberikan kemudahan akses informasi produk dan transaksi bagi konsumen kapan saja dan di mana saja.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, e-commerce, Content Management System, Wordpress, Website*

ANALYSIS AND DESIGN OF E-COMMERCE WEBSITE AT ANEKA BARU STORE USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)

Abstract- In today's digital era, the development of information technology has had a significant impact on various sectors, including trade. One form of innovation that business actors can utilize is through the implementation of an *e-commerce* system to expand market reach, increase sales efficiency, and provide added value for customers in the form of easier access to information and faster services. Toko Aneka Baru, a convenience store located on Jl. Pd. Betung Raya, South Tangerang, currently still relies on conventional sales systems and does not yet have an *online* platform, thus facing obstacles in expanding market share and increasing sales. To overcome these problems, this study produced an *e-commerce* website based on the WordPress CMS equipped with a product catalog, shopping cart, online payment system, automatic stock management, promotional information pages, and order management features that facilitate interaction between the store and consumers. This website is also integrated with *Search Engine Optimization* (SEO) strategies to be more easily found in search engines and can reach new potential customers. The research methodology includes data collection through interviews, observations, and document studies, business modeling with the *Business Model Canvas* (BMC), and system design using the *Unified Modeling Language* (UML). The implementation results show that the *e-commerce* website that was built was able to expand customer reach, increase sales effectiveness, and provide easy access to product information and transactions for consumers anytime and anywhere.

Keywords: *Business Model Canvas, e-commerce, Content Management System, Wordpress, Website*

1. PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan teknologi informasi, penggunaan internet semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Persaingan didunia bisnis pun semakin meningkat dan berpengaruh signifikan terhadap masyarakat. Penggunaan internet kini telah merasuki hampir semua aspek kehidupan manusia. Teknologi modern saat ini mendominasi berbagai sektor, termasuk dalam kegiatan perdagangan. Masyarakat mempertimbangkan kemajuan teknologi

informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Kemajuan ini menawarkan kemudahan dan kualitas yang dianggap baik oleh masyarakat. Dalam dunia bisnis modern, persaingan semakin ketat karena banyak perusahaan menerapkan sistem informasi. Sistem informasi memiliki peranan yang sangat penting, terutama dengan pesatnya perkembangan suatu perusahaan atau organisasi, peranan sistem informasi menjadi semakin krusial[1]. Oleh karena itu, pengusaha harus memahami pentingnya teknologi informasi saat ini dan bagaimana hal itu mempengaruhi bisnis mereka. Mereka juga harus tahu cara memanfaatkan sistem informasi yang baik untuk mendukung bisnis mereka[2].

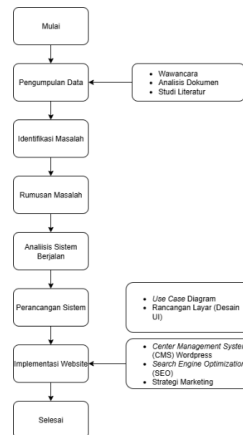
Pelaku usaha terus melakukan gebrakan untuk bersaing di era modern saat ini dengan melakukan berbagai macam inovasi terhadap produk yang dimiliki, serta melakukan promosi sebagai bentuk upaya peningkatan penjualan. Dengan tersedianya teknologi informasi menambah peluang bagi pelaku usaha dalam menjangkau pembeli secara efektif. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan cara menerapkan sistem informasi penjualan elektronik atau *e-commerce*. Oleh karena itu, *e-commerce* merupakan sistem yang harus dibangun oleh bisnis, terutama perusahaan yang bekerja dalam bidang pemasaran atau penyediaan jasa[3].

Toko Aneka Baru merupakan toko serba ada yang menjual alat-alat elektronik, seragam anak sekolah, peralatan berkebun, peralatan alat rumah tangga, dan lain lain. bertempat di Pd.Betung Raya Tangerang Selatan Toko Aneka Baru tidak hanya menjual produknya secara retail atau eceran, tetapi juga menjual produk secara grosir atau dalam jumlah banyak. Sistem penjualan pada toko dilakukan secara *offline* yang dimana pelanggan datang ke toko untuk membeli produk, dan menggunakan whatsapp sebagai alat komunikasi dengan pelanggan yang memesan produk. Toko Aneka Baru menghadapi beberapa tantangan yaitu, penjualan masih terbatas pada toko fisik yang dimana menjadi kendala mengharuskan pelanggan untuk datang ke toko mengecek dan membeli produk yang ditawarkan, pemilik mengalami kesulitan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, dan kurangnya media promosi sebagai upaya peningkatan penjualan pada toko dan potensi mendapatkan pelanggan baru.

Studi sebelumnya telah melihat penggunaan *Content Managemen System* (CMS) yang ada di masyarakat untuk *e-commerce*. Di antaranya adalah penggunaan *e-commerce* melalui platform *website* untuk meningkatkan penjualan produk di toko Choosejoy_Coo, dengan tujuan untuk mempercepat penjualan produk di toko tersebut[4]. Selain itu juga terdapat penelitian berjudul “Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada UMKM di Mamaci Dengan Menerapkan *Plugin* Woocommerce dan *Theme* Woostisify” yang bertujuan untuk mempermudah transaksi penjualan secara *online* serta memperluas jangkauan pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode *waterfall* dalam pengembangan sistem, memanfaatkan platform WordPress dengan plugin WooCommerce dan tema Woostify. Hasil pengujian menggunakan metode *Black Box* menunjukkan bahwa sistem berjalan sesuai dengan yang direncanakan, memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan, serta meningkatkan potensi penjualan dan jumlah pelanggan[5]. Penelitian lain adalah penelitian berjudul “Implementasi Metode SEO (*Search Engine Optimization*) Untuk Optimasi *E-Commerce* Penjualan Barang *Outdoor* Berbasis *Web*” yang bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mengetahui ketersediaan stok dan melakukan pemesanan produk secara *online* tanpa harus datang langsung ke lokasi. Penelitian ini juga membantu pemilik toko dalam memasarkan produk secara lebih efektif dan efisien dengan menerapkan teknik SEO *on page* untuk meningkatkan peringkat situs pada mesin pencari, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan serta meningkatkan penjualan[6]. Penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya, pada penelitian sebelumnya memaksimalkan penjualan berbagai macam fashion dan *acesories* sedangkan Toko Aneka Baru memaksimalkan penjualan berbagai macam kebutuhan harian dan elektronik ringan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berkualitas harus dilakukan secara sistematis dan mengikuti rangkaian langkah penelitian yang jelas, serta menetapkan teknik dan langkah-langkah yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah[7]. Untuk mencapai hasil yang diinginkan, penelitian ini mencakup beberapa tahapan. Langkah pertama adalah menganalisis masalah yang ada di tempat penelitian, mengumpulkan data yang diperlukan, melakukan analisis sistem, merancang sistem, dan menerapkan *e-commerce*. Proses penelitian ditunjukkan pada gambar 1.



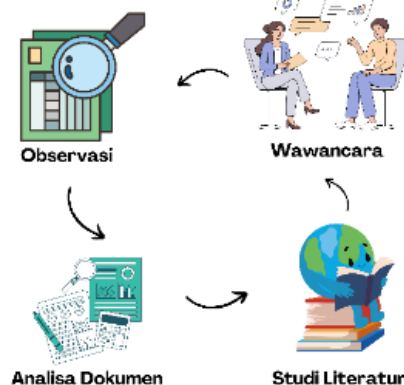
Gambar 1. Tahap Penelitian

2.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, proses identifikasi dan pendefinisian permasalahan dilakukan pada proses bisnis Toko Aneka Baru. Hasil dari tahap ini adalah perumusan masalah penelitian, yaitu penurunan penjualan yang dialami toko karena hanya mengandalkan transaksi secara langsung di gerai fisik yang berlokasi di Jalan Pd. Betung Raya. Meskipun posisinya cukup strategis, jumlah pengunjung yang datang tidak selalu stabil, sehingga berdampak pada penurunan kinerja penjualan. Selain itu, toko menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasar, terutama ke wilayah di luar area sekitar lokasi, sehingga belum dapat menarik calon pelanggan dari daerah yang lebih luas. Ketiadaan sistem penjualan terintegrasi secara digital juga mengakibatkan pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pembuatan laporan penjualan menjadi kurang efisien serta berpotensi menimbulkan ketidakakuratan data. Pada tahap ini, peneliti juga melakukan studi literatur untuk menentukan metode dan *tools* yang tepat dalam penelitian.

2.2 Pengumpulan Data

Pada Gambar 2 ditunjukkan alur tahapan pengumpulan data yang menggunakan beberapa metode. Pertama, wawancara dilakukan dengan Bapak Dendy Azwir selaku pemilik Toko Aneka Baru untuk memperoleh informasi terkait proses bisnis, kendala yang dihadapi, serta harapan terhadap sistem yang akan dikembangkan. Kedua, observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas penjualan di Toko Aneka Baru yang berlokasi di pinggir Jalan Pd. Betung Raya guna memahami situasi, alur pelayanan, dan interaksi antara penjual dan pembeli. Ketiga, analisis dokumen dilakukan dengan memeriksa nota penjualan dan pencatatan stok barang selama periode tertentu untuk membandingkan serta mengevaluasi pola transaksi dan kondisi persediaan toko. Terakhir, studi literatur dilakukan dengan meninjau topik terkait *e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* sebagai referensi untuk menentukan metode dan teknologi yang tepat dalam pengembangan sistem.



Gambar 2. Pengumpulan Data

2.3 Analisis Sistem

Untuk melakukan analisis sistem, peneliti melakukan beberapa langkah dengan bantuan alat yang dapat digunakan untuk mempermudah analisis sistem saat ini:

- a. *Activity Diagram*

Activity Diagram mengilustrasikan aliran kerja atau aktivitas dari suatu sistem atau proses bisnis[8]. Penulis menggunakan activity diagram untuk menggambarkan alur proses bisnis pada *website* toko Aneka Baru dengan menampilkan aktivitas-aktivitas yang terdapat pada toko.

b. *Usecase Diagram*

Sebuah diagram yang menjelaskan manfaat sistem dari sudut pandang aktor atau orang di luar sistem disebut *use case diagram*[9]. Dalam *usecase diagram*, hubungan interaksi antara aktor dan sistem yang akan dibangun digambarkan.

c. *Fishbone Diagram*

Berperan sebagai alat untuk mengidentifikasi dan menggambarkan secara detail sebab akibat dari proses bisnis, untuk mengetahui masalah serta solusi yang diperlukan

d. *Business Model Canvas*

Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), orang dapat melihat dan mengubah model bisnis, mengoptimalkan proses operasional, dan mengubah model keseimbangan perusahaan[10].

2.4 Perancangan Sistem

Unified Modeling Language (UML) digunakan untuk merancang sistem, sedangkan *Use Case Diagram* dimanfaatkan untuk menunjukkan kebutuhan fungsional sistem dari sudut pandang pengguna. Diagram ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu *Use Case Diagram Master*, *Use Case Diagram Transaksi*, dan *Use Case Diagram Laporan*. Selain itu, *Use Case Description* dibuat untuk menjelaskan kegiatan atau perilaku sistem dari sudut pandang pengguna berdasarkan rancangan usulan yang telah disusun sebelumnya. *Tools Balsamiq* juga digunakan untuk membuat rancangan layar toko *online* Aneka Baru.

2.5 Implementasi Sistem

Berikut adalah tahapan implementasi sistem *e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) WordPress dengan *plugin* yang tersedia:

a. *Hosting dan Domain*

Tahap pertama dalam proses instalasi CMS adalah melakukan pembelian hosting. membeli paket web hosting premium.

b. Instalasi *Content Management System* (CMS) WordPress

Pada tahap ini, pemasangan CMS WordPress melalui halaman *control panel* di Niagahoster.

c. Instalasi *Plugin*

Setelah WordPress berhasil dipasang, langkah selanjutnya adalah menginstal *plugin-plugin* yang diperlukan untuk mendukung fungsionalitas *website*, seperti Woocommerce, Elementor, Yoast SEO, Midtrans, dan Ongkos kirim.id.

d. Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO)

Setelah pengoptimalan mesin pencari (SEO) adalah upaya untuk meningkatkan visibilitas situs *web* dalam hasil pencarian mesin pencari dan untuk membuat situs *web* lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari[11].

e. Strategi *Marketing*

Pada tahap ini, strategi pemasaran digital diterapkan dengan memanfaatkan fitur dan *plugin* WordPress. Beberapa strategi yang dilakukan antara lain mengoptimalkan SEO menggunakan *plugin* Yoast SEO.

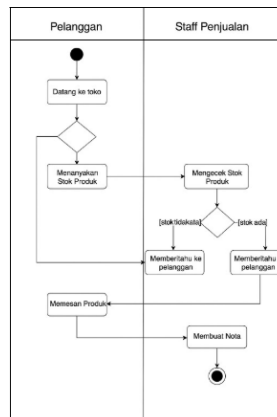
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Berjalan

Analisis sistem yang sedang berjalan memiliki tujuan untuk memahami dan mengidentifikasi tahapan-tahapan proses yang ada saat ini. Berikut proses bisnis berjalan pada Toko Aneka Baru.

a. Proses Bisnis Pemesanan

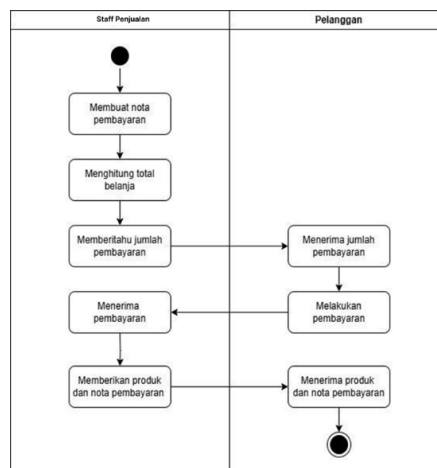
Menurut aktivitas diagram yang ditunjukkan pada Gambar 3, pelanggan datang langsung ke toko dan melihat-lihat dan memilih produk yang akan mereka beli. Setelah itu, *staff* mengecek stok produk jika tidak ada stok, *staff* langsung memberi tahu pelanggan bahwa stok kosong jika ada stok, *staff* langsung memberi tahu pelanggan bahwa ada stok. Setelah mengetahui bahwa ada stok, Adapun *activity diagram* terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Bisnis Berjalan

b. Proses Bisnis Pembayaran

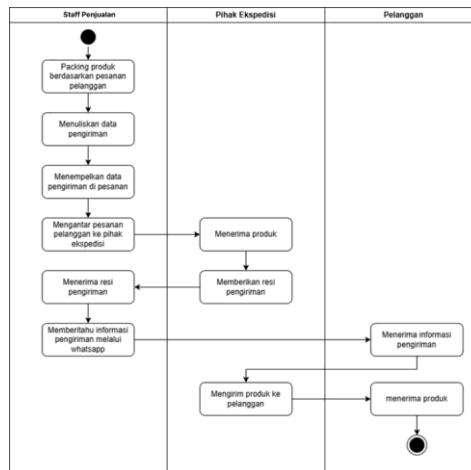
Menurut aktivitas diagram yang ditunjukkan pada Gambar 4, *staff* membuat nota pembayaran, menghitung jumlah total yang harus dibayar pelanggan, memberi tahu pelanggan jumlah yang harus dibayar, dan kemudian melakukan pembayaran. Setelah itu, *staff* menerima pembayaran dan memberikan produk dan nota kepada pelanggan, yang kemudian menerima produk dan nota.



Gambar 4 Proses Bisnis Pembayaran

c. Proses Bisnis Pengiriman

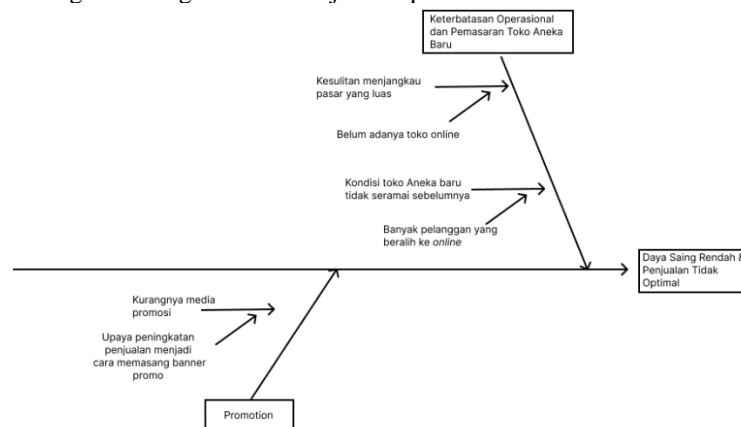
Berdasarkan *activity diagram* pada Gambar 5, Setelah melakukan pembayaran grosir, *staff* langsung melakukan *packing* terhadap pesanan pelanggan. Lalu menuliskan data pengiriman berupa nama, nomor hp dan alamat pelanggan pada pesanan dan menempelkan di pesanan. Setelah melakukan *packing*, *staff* membawa pesanan pelanggan ke pihak ekspedisi untuk diantarkan. Pihak ekspedisi akan memberikan nomor resi pengiriman kepada *staff*, *staff* menerima resi pengiriman. Setelah mengantarkan pesanan pelanggan ke pihak ekspedisi, *staff* memberikan informasi pengiriman ke pelanggan melalui pesan whatsapp. Setelah itu pihak ekspedisi segera melakukan pengiriman ke alamat pelanggan dan pelanggan menerima produk.



Gambar 5. Proses Bisnis Pengiriman

3.2 Analisis Masalah

Untuk mengetahui dan mempermudah dalam melakukan analisis masalah yang terjadi, digunakan Fishbone Diagram sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Analisis Masalah

Berdasarkan *fishbone diagram* pada gambar 6, permasalahan utama yang teridentifikasi adalah kurang optimalnya penjualan produk. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan jangkauan pasar, belum adanya toko *online*, menurunnya jumlah pengunjung di Jalan Pd.Betung Raya, serta peralihan sebagian besar pelanggan ke platform belanja *online*. Selain itu, minimnya media promosi dan promosi yang hanya dilakukan di toko juga menjadi penyebab pendukung. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut antara lain membangun kehadiran *online* melalui pembukaan toko daring, memperluas saluran promosi lewat media sosial, iklan digital, dan email marketing, serta membuat program promosi yang lebih kreatif dan menarik.



Gambar 7. Business Model Canvas (BMC)

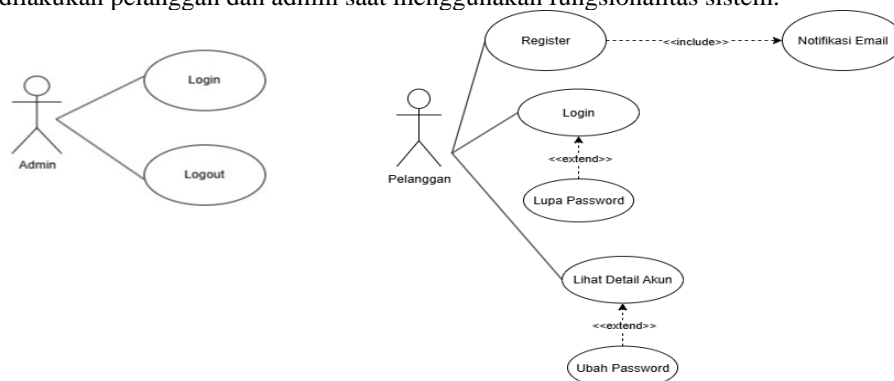
Business Model Canvas (BMC) pada gambar 7 memaparkan elemen utama bisnis Toko Aneka Baru. *Key Partners* meliputi pemasok dress, penyedia *hosting* dan *domain*, perusahaan CMS WordPress, penyedia tema dan plugin, jasa ekspedisi, dan sistem pembayaran *online*. *Key Activities* mencakup pengelolaan inventaris, pengecekan kualitas barang, proses pengepakan dan pengiriman, serta manajemen kupon diskon dan SEO. *Key Resources* terdiri dari karyawan, platform *e-commerce*, sistem manajemen inventori dan pembayaran, ruko, laptop, *smartphone*, serta mitra ekspedisi. *Value Proposition* yang ditawarkan adalah kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau, kemudahan belanja online 24/7, desain website yang ramah pengguna, program diskon, layanan pelanggan yang responsif, variasi produk yang beragam, dan sistem pembayaran yang praktis. Gambar 7 menunjukkan komponen utama dari model bisnis Toko Aneka Baru, yaitu *Business Model Canvas (BMC)*. Penyedia *hosting* dan *domain*, perusahaan CMS WordPress, penyedia tema dan *plugin*, layanan ekspedisi, dan sistem pembayaran online adalah beberapa mitra penting. Salah satu tugas penting adalah mengelola inventaris, memeriksa kualitas produk, melakukan pengepakan dan pengiriman, dan mengelola kupon diskon dan SEO. Sumber daya penting termasuk karyawan, platform *e-commerce*, sistem manajemen inventori dan pembayaran, toko, laptop, dan *smartphone*, serta mitra ekspedisi. *Value Proposition*: Harga murah untuk pakaian berkualitas tinggi, kemudahan belanja *online* setiap saat, desain *web* yang ramah pengguna, program diskon, layanan pelanggan yang ramah, variasi produk yang luas, dan sistem pembayaran yang mudah.

3.3 Use Case Diagram

Dalam toko Aneka Baru, *use case diagram* terdiri dari tiga bagian, *use case diagram master*, *use case diagram transaksi*, dan *use case diagram laporan*.

a. Use Case Diagram Master

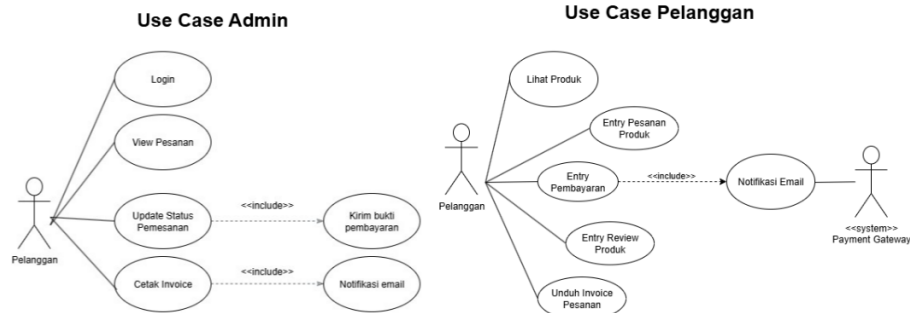
Gambar 8 menunjukkan *use case diagram master* pelanggan dan admin yang menunjukkan apa yang dilakukan pelanggan dan admin saat menggunakan fungsionalitas sistem.



Gambar 8. Use Case Diagram Master

b. Use Case Diagram Transaksi

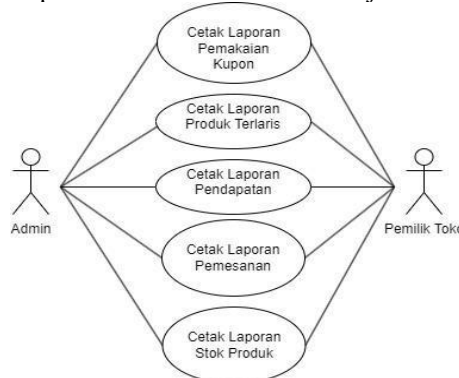
Untuk menunjukkan tugas yang dilakukan oleh pelanggan dan terkait dengan transaksi yang terjadi di dalam sistem, gambar 9 menampilkan *use case diagram* transaksi pelanggan dan admin.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi

c. *Use Case Diagram* Laporan

Use Case Diagram laporan hanya memiliki satu sisi, yaitu sisi manajemen. Di sisi ini, manajemen dapat melakukan berbagai tugas, seperti mencetak laporan pendapatan, laporan pemesanan, laporan stok produk, dan laporan kupon pemakaian. Gambar 10 menunjukkan diagram laporan.

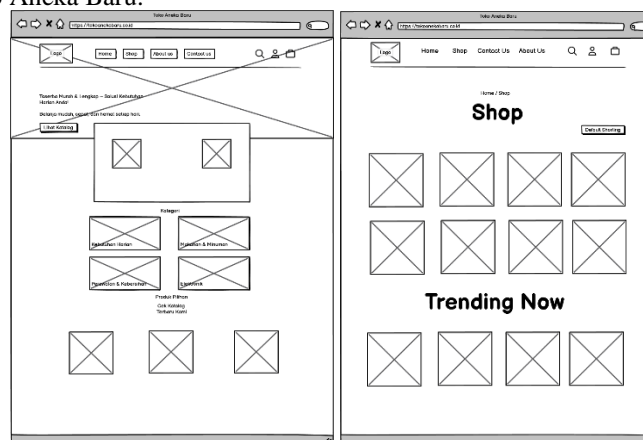


Gambar 10. Use Case Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar *Home* dan *Shop*

Halaman awal *website* Toko Aneka Baru memungkinkan pengguna untuk melihat produk-produk yang tersedia, seperti yang ditunjukkan pada gambar 11. Halaman *Shop* kemudian menampilkan daftar produk Toko Aneka Baru.

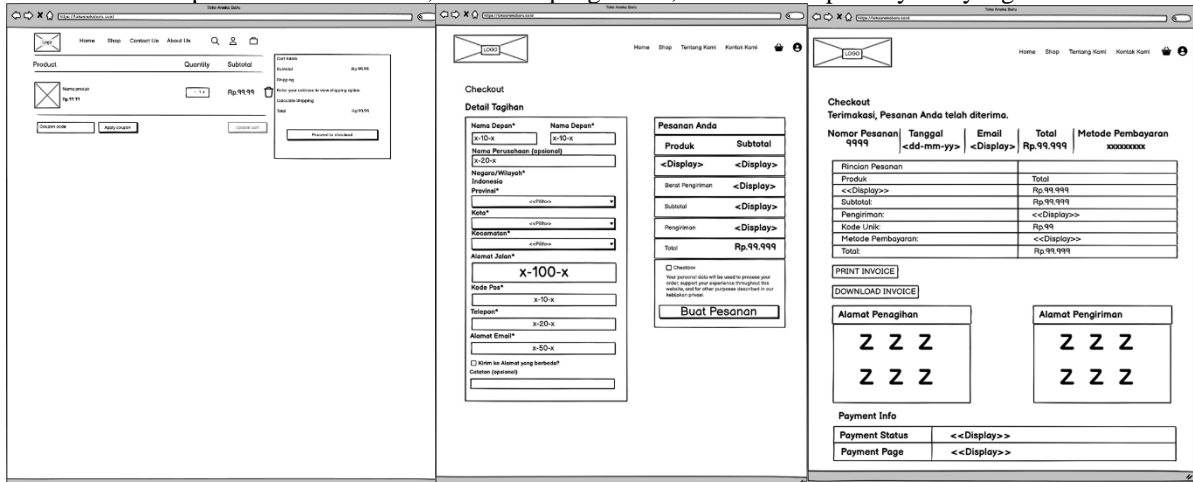


Gambar 11. Rancangan Layar *Home* dan *Shop*

b. Rancangan Layar Keranjang, *Checkout* dan *Detail Pesanan*

Seperti ditunjukkan pada Gambar 12, halaman keranjang belanja menampilkan daftar barang yang telah dimasukkan oleh pelanggan. Halaman ini juga dilengkapi dengan detail pesanan yang

menampilkan status transaksi, informasi pengiriman, serta metode pembayaran yang tersedia.



Gambar 12. Rancangan Layar Keranjang, Checkout, dan Detail Pesanan

c. Rancangan Layar Laporan

Gambar 13 menunjukkan laporan tentang produk yang dijual di toko, laporan tentang pendapatan yang diperoleh dari data pendapatan toko, dan laporan tentang stok produk yang tersedia di toko.



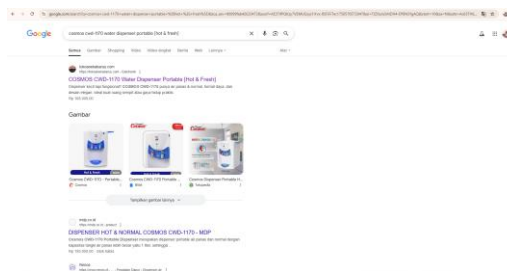
Gambar 12. Rancangan Layar Laporan

3.5 Strategi SEO dan Google Ads

Strategi SEO yang diterapkan untuk meningkatkan visibilitas Toko Aneka Baru di mesin pencari termasuk penggunaan plugin Yoast SEO sebagai alat optimasi konten secara organik dan penggunaan Google Ads untuk meningkatkan *exposure* instan. Strategi ini diterapkan secara bertahap untuk meningkatkan performa *website* pada hasil pencarian Google dan menjangkau target *audiens* dengan lebih baik.

a. Yoast SEO

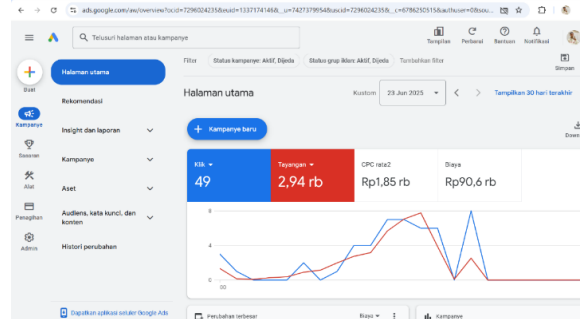
Pada gambar 14 merupakan merupakan hasil dari *keyword* yang bisa digunakan untuk mencari *website* Toko Aneka Baru di pencarian google.



Gambar 13. Yoast SEO

b. Google Ads

Gambar 15 menunjukkan bahwa penggunaan Google Ads untuk telah menghasilkan peningkatan jumlah pengunjung ke situs web toko Toko Aneka Baru.



Gambar 14. Strategi Google Ads

4. Kesimpulan

Website e-commerce yang dirancang pada Toko Aneka Baru telah berhasil membantu memperluas jangkauan pemasaran, memudahkan transaksi pelanggan, serta meningkatkan efisiensi pencatatan stok dan penjualan. Fitur katalog produk, sistem pembayaran digital, laporan penjualan, serta optimasi SEO terbukti mendukung promosi dan pelayanan secara lebih baik. Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar pengelola toko rutin melakukan pemeliharaan sistem, mengoptimalkan strategi SEO, serta mengikuti pelatihan pengelolaan *website* agar pemanfaatannya semakin maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahadiyah, F. N., 2023, Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online, *Interdisiplin: Jurnal Qualitative and Quantitative Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 41–49.
- [2] Fahrozi, W., Samsir, & Gunawan, D. I., 2020, Penerapan E-Commerce Pada Toko Bunga Underwear, *U-NET: Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 4, No. 1, pp. 19–24.
- [3] Laipaka, R., 2017, Penerapan Teknologi Informasi Pembelajaran E-Learning Menggunakan Addie Model, *JUPITER: Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer*, Vol. 9, No. 1, pp. 1–12.
- [4] Perdana, R. B., Sartana, B. T., & Roeswidiah, R., 2022, Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Toko Choosejoy_Coo, *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, Vol. 1, No. 1, pp. 1823–1830.
- [5] Putri, D., & Pratiwi, N. M. I., 2024, Optimalisasi Strategi Digital Marketing Graha Office: Meningkatkan Brand Awareness Melalui Social Media Optimization (SMO) dan Search Engine Optimization (SEO) di PT Otak Kanan, *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, Vol. 4, No. 1, pp. 14–21.
- [6] Rahmawita, M., & Wiratama, A., 2021, Aplikasi Pemesanan Menu Makanan Restoran dan Cafe Berbasis Android, *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 7, No. 1, pp. 76–82.
- [7] Ramadhan, R., & Novita, I., 2020, Perancangan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Space Vapor Store, *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, Vol. 3, No. 1, pp. 152–156.
- [8] Septiani, P., & Kurniawan, H., 2020, Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO), *Respati*, Vol. 15, No. 3, pp. 83–91.
- [9] Shafitri, N., & RL, D. Y., 2024, Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada UMKM di Mamaci Dengan Menerapkan Plugin Woocommerce dan Theme Wootisfy, *JEKIN: Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 4, No. 2, pp. 57–64.
- [10] Wahyudin, S. Y., & Rahayu, D. N., 2020, Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website: A Literatur Review, *Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Vol. 15, No. 3, pp. 26–40.
- [11] Yulianto, H., 2024, Business Model Canvas: Kerangka Manajemen Strategis Untuk Pengembangan Bisnis di Era Internet of Things (IoT), *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, Vol. 1, No. 1, pp. 78–90.