

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**

Diterbitkan Oleh
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR



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, MTI. (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 Syauckani, 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 SENAFIT ke-4 secara daring (*online*) pada tanggal 20 September 2025 dengan tema “Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin”. SENAFIT 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 SENAFIT 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 SENAFIT 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 MENGUNAKAN 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 MENANALISA 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 Soetanto221-230

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 Budiyananto	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 Budiyan	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 Pradana	478-485
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 Amini	495-502
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 Setiawan	503-512
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 Wardani	523-530
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, Painem	539-546
ANALISIS SENTIMEN KUALITAS PELAYANAN MIKROTRANS JAKLINGKO DENGAN ALGORITMA NAÏVE BAYES CLASSIFIER Indira Arifin, Noni juliasari	547-555

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 Prabowo	623-631
PERBANDINGAN NAIVE BAYES DAN KNN UNTUK SENTIMEN KESADARAN LINGKUNGAN DI KONTEN PANDAWARA GROUP. Gina Putri Rezi, imelda imelda.....	632-640
IMPLEMENTASI METODE FINITE STATE MACHINE PADA GAME CINDUA MATO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BUDAYA MINANGKABAU Auliatul Wahyudi, Safrina Amini.....	641-650
IMPLEMENTASI ALGORITMA A-STAR PADA PERMAINAN TIMUN MAS DAN RAKSASA Muhammad Rendy, Windarto	651-660

PROTOTIPE SISTEM PENDETEKSI BANJIR BERBASIS IOT TERINTEGRASI APLIKASI	ANDROID
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 MENGUNAKAN 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	MENGGUNAKAN	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 DIBENGKEL 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, IMPELEMANASI 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 Ramdhanita Putri Hami, Muhammad Ainur Rony 1484-1493

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS UNTUK OPTIMALKAN PENJUALAN DI TOKO LEGOSO PARFUM

Ahmad Rizky Utomo^{1*}, Agnes Aryasanti²

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

Email: ¹*2112500356@student.budiluhur.ac.id, ² aryasanti@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Toko Legoso Parfum hingga saat ini masih menjalankan proses transaksi secara manual, yaitu dengan pencatatan melalui buku fisik dan penggunaan nota kertas. Cara ini tidak hanya berisiko kehilangan data dan kesalahan pencatatan, tetapi juga membuat laporan penjualan menjadi kurang akurat. Selain itu, aktivitas pemasaran masih bergantung pada interaksi langsung di toko fisik sehingga jangkauan konsumen terbatas pada area sekitar operasional, tanpa adanya strategi promosi digital yang mampu memperluas pasar. Kondisi ini menimbulkan hambatan bagi perkembangan usaha, terutama di tengah persaingan bisnis parfum yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *Content management system* (CMS) WordPress dengan tambahan plugin WooCommerce serta integrasi strategi *Search engine optimization* (SEO) untuk mendukung optimalisasi penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran. Metode yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan *Fishbone diagram* dan *Business model canvas* (BMC), serta perancangan sistem dengan *Use case* dan *Activity diagram*. Implementasi dilakukan melalui pembangunan situs legosoparfum.store dengan dukungan plugin pembayaran, pengiriman, serta optimasi SEO menggunakan Yoast. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 7% dalam tiga bulan setelah implementasi, serta kenaikan trafik pengunjung website hingga 35%. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa model transformasi digital yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha melalui pemanfaatan teknologi berbasis CMS dan strategi pemasaran digital.

Kata Kunci: *E-commerce*, CMS, Wordpress, Toko Legoso Parfum, SEO

***E-COMMERCE* IMPLEMENTATION USING WORDPRESS CMS TO OPTIMIZE SALES IN LEGOSO PARFUM STORES**

Abstract- Legoso Parfum Shop still carries out its sales transactions manually, by recording them in physical books and using paper receipts. This method is not only prone to data loss and recording errors but also results in inaccurate sales reports. In addition, marketing activities still rely heavily on direct interactions in the physical store, limiting customer reach to the surrounding operational area, without any digital promotion strategy to expand the market. This condition creates obstacles to business growth, especially amid the increasingly competitive perfume industry. This study aims to implement an *e-commerce* system based on the WordPress *Content management system* (CMS) with the WooCommerce plugin and the integration of a *Search engine optimization* (SEO) strategy to optimize sales and expand marketing reach. The research method involved interviews, observations, and documentation, which were then analyzed using the *Fishbone diagram* and *Business model canvas* (BMC), as well as system design with *Use case* and *Activity diagrams*. The implementation was carried out by developing the legosoparfum.store website, supported by payment and shipping plugins, along with SEO optimization using Yoast. The results show a 7% increase in sales within three months after implementation and a 35% increase in website traffic. This study provides a practical contribution in the form of a digital transformation model that can be adopted by MSMEs to enhance competitiveness, improve operational efficiency, and ensure business sustainability through the utilization of CMS technology and digital marketing strategies.

Keywords: *E-commerce*, CMS, Wordpress, Legoso Perfume Shop, SEO

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Seiring dengan kemajuan zaman, teknologi diciptakan untuk mempermudah pekerjaan menjadi digital, memungkinkan orang dari berbagai belahan dunia untuk terhubung dalam hitungan detik. Hal ini mendorong terciptanya dunia yang serba cepat, efisien, dan saling terhubung. *E-commerce* merupakan cara menjual barang,

jasa, uang, atau data melalui jaringan elektronik, terutama internet. *E-commerce* berkembang sangat cepat dan mendapatkan respon baik antara *owner* dengan pelanggan [1].

Salah satu alternatif efektif dalam membangun *situs e-commerce* adalah memanfaatkan *WordPress*, sebuah platform *Content management system* (CMS) yang populer karena fleksibilitas dan kemudahan penggunaannya. Melalui *WordPress*, pengguna dapat merancang, mengelola, serta memperbarui konten situs secara efisien, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke berbagai wilayah di Indonesia. Media penjualan berbasis website ini juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan setiap transaksi-nya.

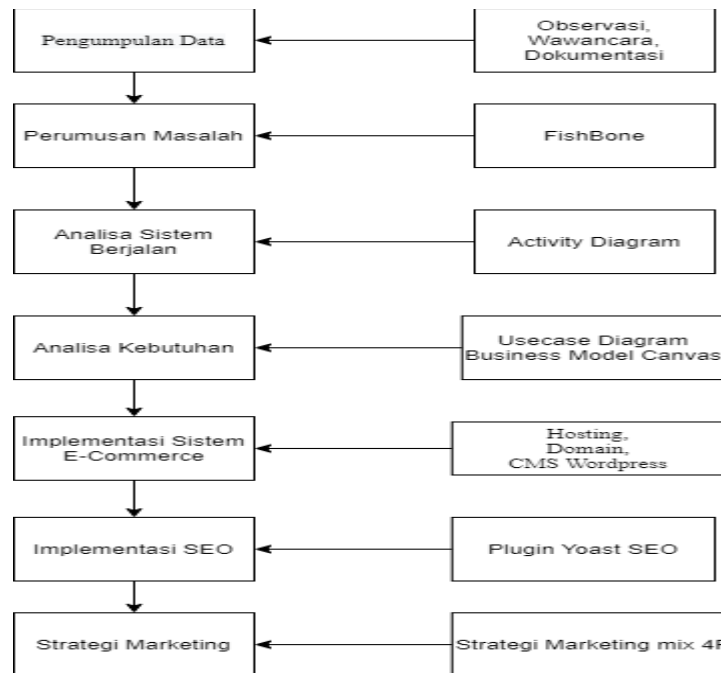
Toko Legoso Parfum hingga kini masih menjalankan proses transaksi secara manual melalui pencatatan di buku fisik dan penggunaan nota kertas. Cara ini menimbulkan berbagai permasalahan, seperti risiko kehilangan data, kesalahan pencatatan, serta laporan penjualan yang kurang akurat. Selain itu, aktivitas pemasaran masih terbatas pada interaksi langsung di toko fisik, sehingga jangkauan pelanggan hanya sebatas area sekitar operasional tanpa adanya strategi promosi digital yang dapat memperluas pasar. Kondisi tersebut menghambat perkembangan usaha dan membuat Toko Legoso Parfum sulit bersaing di tengah tren bisnis parfum berbasis *e-commerce* yang semakin kompetitif. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *Content management system* (CMS) *WordPress* dengan dukungan plugin *WooCommerce* serta penerapan *Search engine optimization* (SEO), sehingga diharapkan dapat membantu mengoptimalkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung transformasi digital pada UMKM.

Beberapa Penelitian terdahulu membahas berbagai kendala dan solusi dalam penerapan *e-commerce* pada bisnis Parfum. Dalam Penelitian, [2] membahas Toko Godin Parfum menghadapi masalah proses penjualan masih secara langsung. Untuk mengatasinya menggunakan CMS *WordPress* dengan plugin *WooCommerce* dapat mempermudah penjualan *online*. Selanjutnya, [3] meneliti Toko Parfum Rika Utami menghadapi masalah jangkauan penjualan terbatas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut adanya website *e-commerce* dengan menggunakan CMS *WordPress*, toko dapat menjangkau konsumen diluar wilayah, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Penelitian oleh, [4] meneliti Toko Recaka Parfum Surabaya menghadapi masalah proses verifikasi pembayaran tidak efisien. Untuk mengatasinya permasalahan yang di hadapi maka toko menggunakan website *e-commerce* berbasis CMS dan diintegrasikan dengan layanan *payment gateway* seperti Xendit dan Midtrans. Adapun [5] meneliti Toko Citra Parfum menghadapi masalah promosi masih dilakukan di area toko fisik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka toko melakukan promosi di sosial media seperti Instagram/Facebook Shop agar promosi langsung terhubung ke website atau menggunakan tambahan plugin Yoast SEO untuk mengoptimalkan penjualan. Penelitian ini menghasilkan website *e-commerce* berbasis CMS *WordPress*. Sementara itu [6] Toko Tunam Parfum menghadapi masalah yaitu kesulitan pelanggan dalam memilih produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut toko membuat website *e-commerce* dan menyediakan kategori untuk semua varian produk parfum ditampilkan dengan foto, deskripsi, dan harga.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada gambar 1 menunjukan bahwa metode penelitian atau langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian di Toko Legoso Parfum.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

a. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi Melakukan wawancara dengan pemilik toko Legoso Parfum untuk mendapatkan informasi tentang permasalahan yang terjadi, proses transaksinya dan informasi produk, pengamatan/observasi proses terjadinya penjualan untuk mengumpulkan proses terjadinya transaksi, dan mengetahui jam kerja yang telah diterapkan oleh toko Legoso Parfum, dan Dokumentasi Pengumpulan atau dokumentasi data dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi terkait dalam penelitian berdasarkan dokumen di toko seperti Nota, dokumentasi data penjualan produk dan laporan penjualan.

b. Identifikasi Masalah

Fishbone diagram digunakan untuk mengidentifikasi penyebab utama permasalahan yang dihadapi oleh Toko Legoso Parfum.

c. Analisa Sistem Berjalan

Tahap ini melakukan analisis terhadap sistem penjualan yang sedang berjalan di toko Legoso Parfum. Dalam proses ini dijelaskan proses pembayaran serta proses pembuasan di toko Legoso Parfum. Dan menggunakan *activity diagram* untuk memahami sistem secara lebih mudah dan jelas.

d. Analisa Sistem Kebutuhan

Setelah menganalisis sistem berjalan melalui *activity diagram*, pada tahap analisa kebutuhan sistem pada proses ini, digunakan *Usecase diagram* dan *Busines Model Canvas* yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan fitur-fitur yang diperlukan dalam sistem *E-commerce*.

e. Implementasi Sistem *E-commerce*

Dalam pelaksanaan sistem *E-commerce* menggunakan CMS WordPress dengan tambahan plugin WooCommerce, dibuatlah situs web toko online sesuai desain dan kebutuhan yang telah dipelajari sebelumnya. Nama domain yang dipakai adalah legosoparfum.store.

f. Implementasi SEO

Implementasi SEO Menggunakan plugin 'Yoast SEO' untuk meningkatkan performa website sehingga lebih mudah ditemukan di Google atau mesin pencari lainnya. Kata kunci yang dipakai adalah Wewangian Parfum terbaik di Tangerang Selatan (Tangsel) dan Parfum isi ulang yang terjangkau.

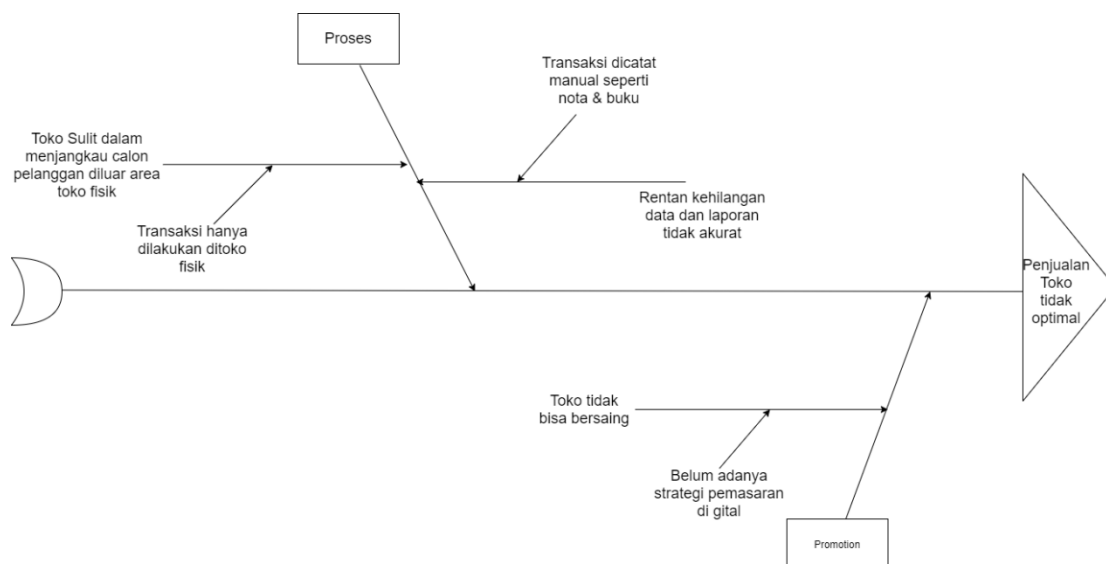
g. Strategi Marketing

Pada fase ini dibutuhkan rencana pemasaran untuk membantu Toko Legoso Parfum dalam merancang, melaksanakan, dan menjalankan aktivitas pemasaran. Ada kombinasi 4p dalam strategi pemasaran. Yang diterapkan oleh Toko Legoso Parfum hanya 2p.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

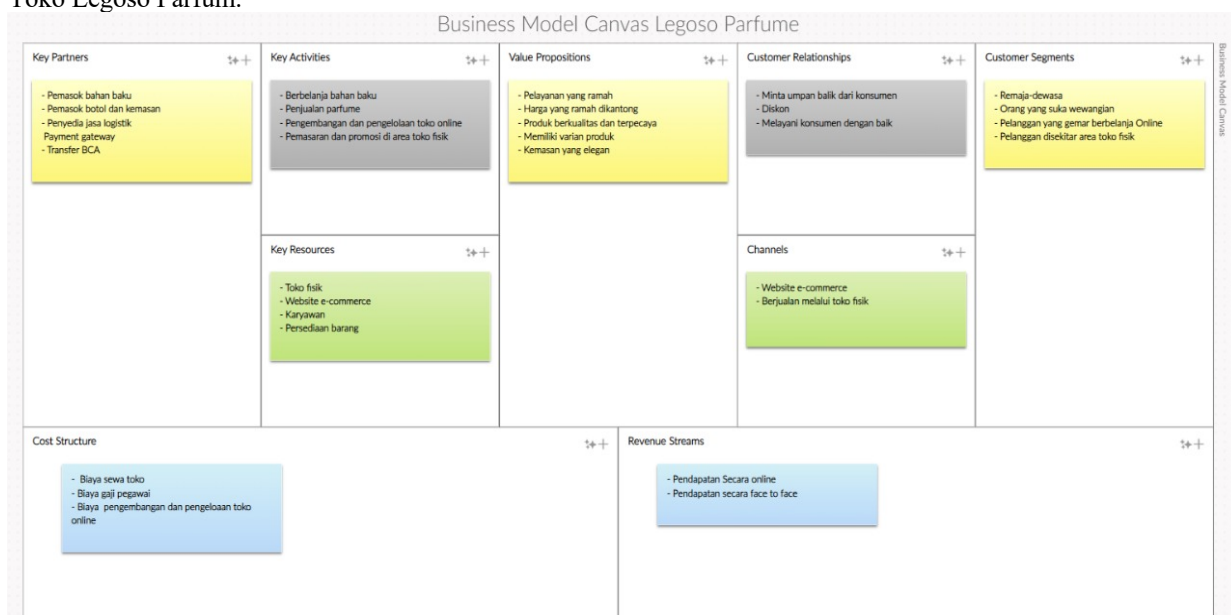
Merupakan gambaran visual yang menggunakan kombinasi garis dan simbol untuk menunjukkan keterkaitan antara berbagai faktor penyebab terhadap suatu permasalahan [7]. Pada gambar 2 menunjukkan bahwa toko mengalami masalah untuk memahami dan memudahkan dalam menganalisis masalah yang muncul, penulis menggunakan *Fishbone diagram*.



Gambar 2. Fishbone diagram

3.2 Business model canvas (BMC)

Business model canvas merupakan sebuah kerangka kerja bisnis berbentuk kanvas yang memuat sembilan elemen utama. Kesembilan elemen ini berfungsi sebagai panduan strategis dalam merancang, mengembangkan, dan mengelola sebuah bisnis agar dapat menghasilkan keuntungan secara optimal. Model ini membantu pelaku usaha memahami hubungan antar komponen penting dalam bisnis sehingga perencanaan dan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih terarah. [8]. Pada gambar 3 menunjukkan *Business model canvas* pada Toko Legoso Parfum.



Gambar 3. Business model canvas

berikut penjelasan 9 elemen kunci pada BMC pada Toko Legoso Parfum yaitu sebagai berikut;

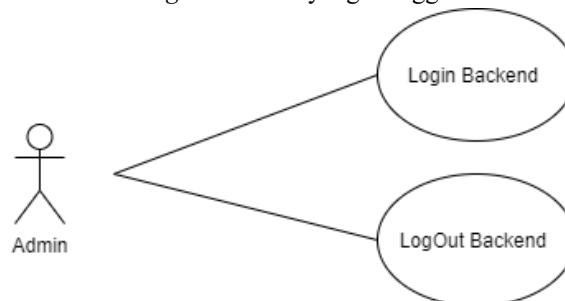
- a. *Key Patners*
Toko legoso parfum bergantung kepada mitra mendukung operasional nya, termasuk pemasok bahan baku, pemasok botol dan kemasan, penyedia jasa logistik, dan *payment gateway* seperti bank BCA.
- b. *Key Activities*
Aktivitas yang dijalankan toko legoso parfum seperti berbelanja bahan baku, penjualan Parfum, pengembangan dan pengelolaan *platfrom E-commerce*, pemasaran dan promosi disekitar area toko fisik.
- c. *Value Propositions*
Toko Legoso Parfum menerapkan pelayanan yang ramah, produk yang berkualitas, memiliki varian produk, kemasan yang elegan, harga yang ramah dikantong.
- d. *Customer Segment*
Toko legoso parfum menargetkan berbagai segmen pelanggan seperti remaja-dewasa, pelanggan suka wewangian, pelanggan yang suka berbelanja Online, pelanggan sekitar area toko fisik.
- e. *Customer Relationship*
Pada proses ini membangun hubungan yang bertujuan untuk menarik pelanggan baru, menjaga pelanggan lama, memberikan diskon, dan mengumpulkan umpan balik.
- f. *Channels*
Channels yang digunakan Toko legoso parfum untuk melakukan promosi produk antara lain adalah menggunakan website *E-commerce* dan menjual produk langsung ke toko fisik.
- g. *Key Resources*
Sumber daya utama toko legoso parfum meliputi toko fisik, Situs web *E-commerce*, inventaris barang dan karyawan yang terampil.
- h. *Cost Structure*
Toko Legoso Parfum membayar sewa toko, gaji karyawan, pengembangan, dan pengelolaan platform *e-commerce*.
- i. *Revenue Streams*
Revenue Streams atau pendapatan/keuntungan yang didapatkan toko legoso parfum ialah pendapatan dari penjualan online melalui situs website *E-commerce*, dan pendapatan secara tatap muka/ langsung.

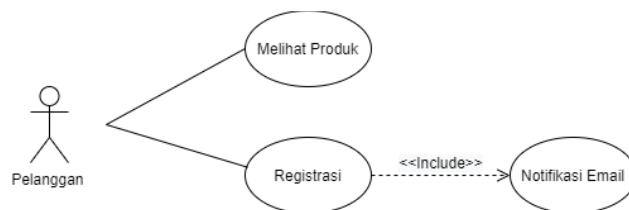
3.3 Use case diagram

Use case diagram merupakan salah satu jenis diagram pada pengembangan aplikasi yang digunakan untuk memvisualisasikan manfaat dan fungsi suatu sistem dari perspektif aktor eksternal [9] . Diagram ini menampilkan berbagai fitur atau layanan yang disediakan oleh sistem, sekaligus menunjukkan bagaimana aktor berinteraksi secara langsung dengan sistem tersebut, sehingga mempermudah pemahaman terhadap hubungan antara pengguna dan fungsionalitas sistem..

a. Use case diagram Master

Pada gambar 4 ditampilkan *usecase diagram master* yang menggambarkan aktivitas admin dan pelanggan.

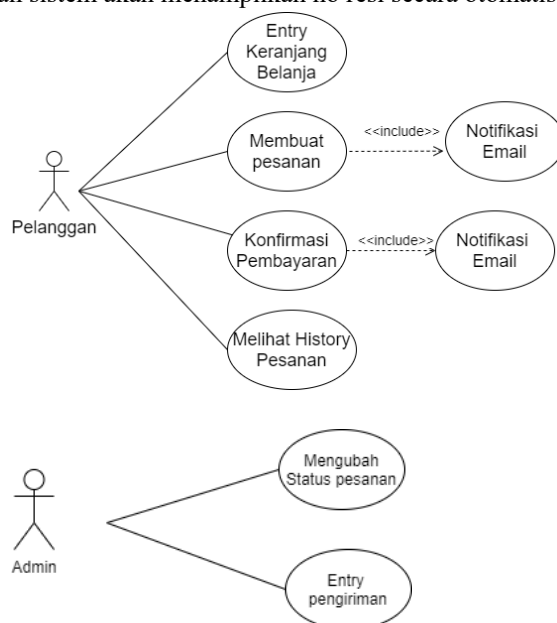




Gambar 4. Use case diagram Master

b. Use case diagram Transaksi

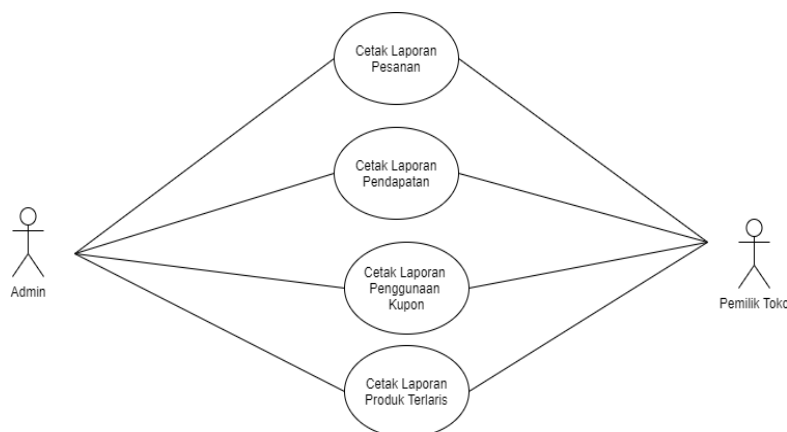
Pada gambar 5 ditampilkan usecase diagram transaksi yang dilakukan pelanggan dan admin. Admin melakukan pengecekan kembali transaksi untuk diproses pesanan-nya, admin melakukan update pesanan, cetak label pengiriman, dan sistem akan menampilkan no resi secara otomatis.



Gambar 5. Use case diagram Transaksi

c. Use case diagram Laporan

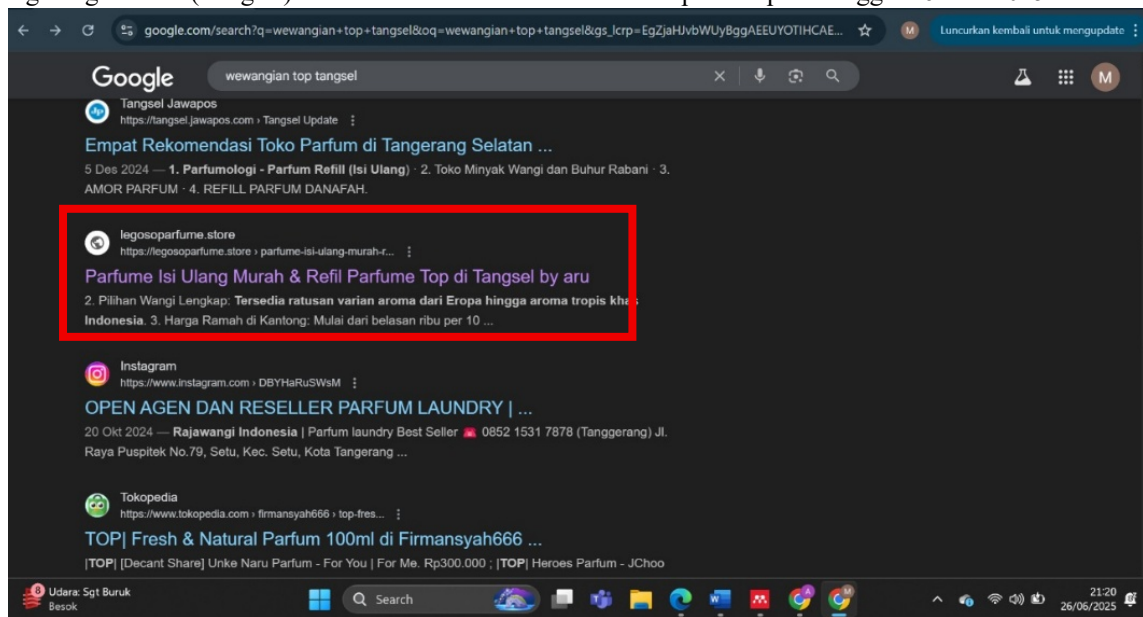
Pada gambar 6 ditampilkan Usecase diagram laporan terdapat aktor utama, yaitu admin. Admin memiliki akses penuh untuk mencetak laporan pesanan, laporan pendapatan, laporan penggunaan diskon, dan laporan produk terlaris yang selanjutnya akan di serahkan kepemilik Toko.



Gambar 6. Use case diagram Laporan

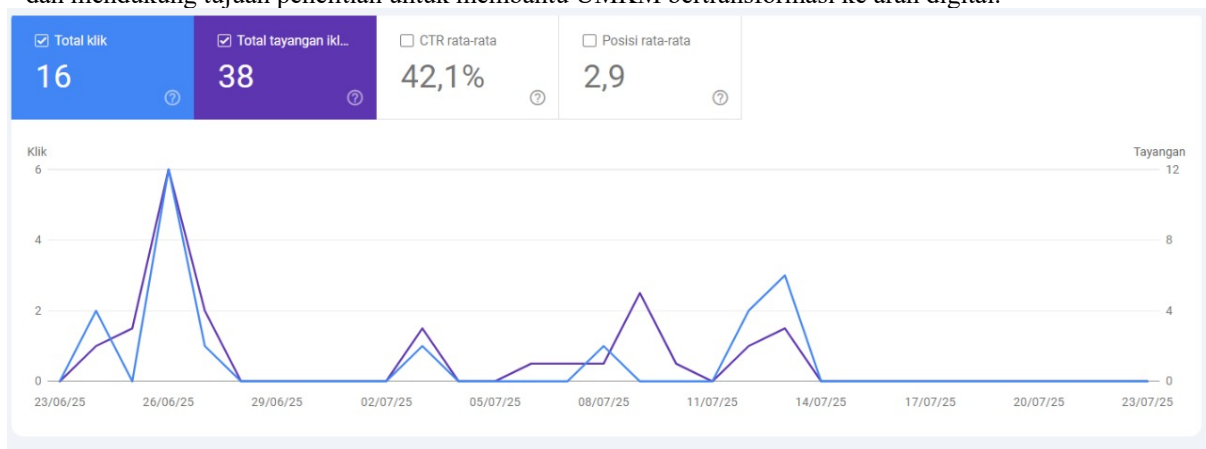
3.4 Search engine optimization (SEO)

SEO adalah teknologi di mana situs web muncul di mesin pencari. Teknologi ini dimaksudkan untuk menerima banyak kunjungan situs web [10]. Pada gambar 7 menunjukkan pencarian di mesin pencari artikel Toko Legoso Parfum berada di halaman pertama dan ada dibarisan ke lima serta menggunakan kata kunci wewangian top Tangerang Selatan (Tangsel). Hasil artikel toko muncul di mesin pencari pada tanggal 26 Juni 2025.



Gambar 7. Hasil halaman pertama pada Google

Gambar 8 menunjukkan hasil performa SEO website legosoparfume.store dari *Google Search Console* periode 23 Juni–23 Juli 2025. Selama periode tersebut tercatat 16 klik dari 38 tayangan dengan CTR rata-rata 42,1% dan posisi rata-rata 2,9 di hasil pencarian. Nilai CTR yang cukup tinggi menandakan optimasi judul dan deskripsi melalui Yoast SEO efektif menarik minat pengguna, meskipun tayangan masih terbatas. Perkembangan klik terlihat meningkat pada akhir Juni dan pertengahan Juli, menunjukkan strategi kata kunci seperti “Wewangian Parfum Tangerang Selatan” mulai memberikan dampak. Secara keseluruhan, performa ini membuktikan bahwa optimasi SEO mampu meningkatkan visibilitas *website*, memperluas jangkauan pelanggan, dan mendukung tujuan penelitian untuk membantu UMKM bertransformasi ke arah digital.



Gambar 8. Hasil performa SEO website

3.5 Strategi Marketing

Strategi Marketing merupakan pemasaran produk atau layanan interaktif target, terukur, menggunakan teknologi di dunia maya [11]. Terdapat mix 4p dalam strategi marketing. Yang dipakai oleh Toko Legoso Parfum ada 2P. Diantaranya;

a. *Product* (Produk)

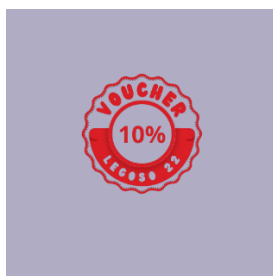
Pada gambar 8 menunjukkan di Toko Legoso Parfum merencanakan untuk meningkatkan variasi produk yang tersedia di situs *website E-commerce* dengan menambahkan koleksi untuk hanya dapat diakses secara online.



Gambar 9. Produk

b. *Promotion* (Promosi)

Toko Legoso Parfum menyediakan voucher diskon seperti potongan harga sebesar 10% untuk menarik pelanggan agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Pada Gambar 9 menunjukkan di Toko Legoso Parfum menggunakan *Voucher Legoso22*, maka akan mendapatkan potongan. Kupon berada di halaman depan *Home Website*.



Gambar 10. Voucher diskon 10%

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis permasalahan dan implementasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan situs web *e-commerce* berbasis WordPress CMS dengan dukungan plugin WooCommerce serta strategi *Search engine optimization* (SEO) terbukti mampu mengoptimalkan proses bisnis di Toko Legoso Parfum. Sistem yang dibangun pada domain legosoparfum.store mempermudah pengelolaan transaksi, meningkatkan efisiensi pencatatan penjualan, dan memperluas jangkauan pemasaran di luar wilayah sekitar toko fisik. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan penjualan sebesar 7% dalam tiga bulan setelah implementasi serta kenaikan trafik pengunjung situs hingga 35%, yang membuktikan efektivitas strategi digital dalam mendukung pertumbuhan usaha. Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan model transformasi digital yang praktis bagi UMKM, khususnya dalam memanfaatkan CMS dan SEO sebagai sarana peningkatan daya saing, efisiensi operasional, serta keberlanjutan bisnis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Taqwa Martadinata and Iski Zaliman, “Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi *E-commerce* Dengan Menggunakan CMS, WooCommerce dan Xendit,” 2021.
- [2] C. Nas, R. Fahrudin, B. Darmawan, R. Maulana, A. Rahayu, and A. Maulaya Putri, “Perancangan Sistem Pemesanan Produk UMKM Godin Parfum Berbasis Web,” 2024. [Online]. Available: <http://jpucic.ejournal.id>
- [3] F. Annas Susanto, T. Herlambang, M. Bayu, and F. Yudianto, “Sistem Informasi Penjualan Pewangi Pakaian berbasis Website di Toko Parfum Rika Utami Bangil,” *Remik*, vol. 6, no. 3, pp. 399–407, Aug. 2022, doi: 10.33395/remik.v6i3.11559.
- [4] I. T. Arfian and T. A. Kurniawan, “Pengembangan Sistem B2B *E-commerce* berbasis layanan dengan menggunakan MERN Stack (Studi Kasus : Recaka Parfum Surabaya),” 2021. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [5] I. Yudianto, M. M. Mutoffar, and S. Pratama, “Sistem Informasi Penjualan Online berbasis web pada Toko Citra Parfume,” *Journal of Students’ Research in Computer Science*, vol. 4, no. 2, pp. 227–236, Nov. 2023, doi: 10.31599/jsrscs.v4i2.3226.
- [6] S. Geges, R. Luthfiansyah Effendy Ekapatra, P. Raya Jl Yos Sudarso, K. Jekan Raya, K. Palangka Raya, and K. Tengah, “Sistem Informasi Penjualan Toko Parfum Berbasis Website (Studi Kasus : Toko Tunam8 Parfum),” vol. 17, no. 1, pp. 348–355, 2024, doi: 10.51903/elkom.v17i1.2031.
- [7] N. Eviyanti, “Analisis *Fishbone diagram* Untuk Mengevaluasi Pembuatan Peralatan Aluminium Studi Kasus Pada Sp Aluminium Yogyakarta,” *Jaakfe Untan (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, vol. 10, no. 1, p. 10, Jun. 2021, doi: 10.26418/jaakfe.v10i1.45233.
- [8] Milla Fadhila Said, “Strategi Pengembangan Produk Employee Mobile Plan Berdasarkan Metode Quality Function Deployment (QFD) Dan *Business model canvas* (BMC),” 2024.
- [9] S. Nabila, A. R. Putri, A. Hafizhah, F. H. Rahmah, and R. Muslikhah, “Pemodelan Diagram UML Pada Perancangan Sistem Aplikasi Konsultasi Hewan Peliharaan Berbasis Android (Studi Kasus: Alopel),” *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, vol. 12, no. 2, pp. 130–139, Nov. 2021, doi: 10.47927/jikb.v12i2.150.
- [10] M. M. Erfin, R. Mufiddin, and S. Zaman, “Optimasi konten pemasaran dan platform online dengan teknik *search engine optimization*,” *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 8, no. 3, Dec. 2022, doi: 10.28932/jutisi.v8i3.5468.
- [11] A. Pandowo, A. Yanto Rukmana, and J. Putri Nugraha Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, “Digital Marketing Dan *E-commerce*,” 2023. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/387275452>