

Vol. 4 No. 2 September 2025

E-ISSN : 2962-8628

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL MAHASISWA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI (SENAFTI)

"Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin"

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



FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260
<https://senafti.budiluhur.ac.id/>

STEERING COMMITTEE

Pelindung

Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

Penanggung Jawab

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

Ketua Pelaksana

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

Wakil Ketua Pelaksana

Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

Sekretaris

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

Bendahara

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

Humas, Publikasi, Dokumentasi dan Desain

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

Acara

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

Pengelola Makalah dan Mitra Bestari

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

Pengelola Editor dan Jurnal

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

Pengelola Teknologi Informasi

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

REDAKSI

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

Wakil Ketua Redaksi :

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

Redaksi Pelaksana :

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

MITRA BESTARI

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

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

KATA PENGANTAR

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

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

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

Jakarta, September 2025

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

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

CYBER SECURITY

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

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

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

RANCANG BANGUN ALAT PENERING APEL MENGGUNAKAN WEBSOCKET
SERVER BERBASIS IOT
Yusron Ageng Pangestu, Utomo Budiyo183-191

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

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

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

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

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

KOMPARASI METODE C4.5 DAN RANDOM FOREST UNTUK PENENTUAN DEPRESI
PADA PELAJAR
Elni Salini Zebua, Gandung Triyono231-240

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

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

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

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

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

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

PROGRAMMING

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

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

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

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

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

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

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

SISTEM KEAMANAN PINTU DENGAN 2 LANGKAH AUTENTIKASI BERBASIS IOT
Ragil Prabawijaya, Jan Everhard Riwurohi, Irawan, Yani Prabowo623-631

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

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

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

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

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

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

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

INFORMATION SYSTEM

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

SISTEM INFORMASI PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS
PADA NUNI COOKIEZ
Phuja Mahesa, Refaldy Hilmy Akram, Devit Setiono811-820

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN WORDPRESS PADA TOKO BUDHE SNACK Faqih Khaikal Al Amin, Ita Novita	1294-1302
CLUSTERING DAFTAR SAHAM BERDASARKAN LIKUIDITAS DAN KAPITALISASI PASAR 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 DIBENKEL MOTOR GONGGO

Muhamad Alfian Sandhikara, Lestari Margatama 1456-1465

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

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

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

Muhammad Farhan Akbar, Lis Suryadi 1475-1483

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

Ghafira Ramdhania Putri Hami, Muhammad Ainur Rony 1484-1493

PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PEMASARAN PADA TOKO *NUR COLLECTION*

Ahmad Tarmizi¹, Agnes Aryasanti^{2*}

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

Email: ¹2112500174@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

(* : *corresponding author*)

Abstrak-Toko Nur *Collection* merupakan usaha dibidang *fashion* wanita yang berlokasi di Jalan H. Sontong, Pinang, Kota Tangerang. Toko ini menghadapi kendala dalam menjalankan proses bisnisnya, antara lain belum memanfaatkan sistem penjualan berbasis digital dan proses pemesanan hanya dapat dilakukan secara langsung di toko. Hal ini menyebabkan transaksi menjadi kurang fleksibel. Selain itu, pemasaran produk terbatas hanya dibagikan melalui *story WhatsApp* yang bersifat sementara dan hanya dapat dilihat pelanggan yang memiliki nomor toko. Akibatnya, pemasaran produk tidak menjangkau pelanggan baru yang belum mengenal atau menyimpan nomor toko. Penelitian ini bertujuan mengimplementasikan *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* yang dioptimalkan dengan *Search Engine Optimization (SEO)*. Metode penelitian yang digunakan dalam identifikasi masalah meliputi observasi, wawancara, serta dokumentasi. Analisis masalah dilakukan menggunakan *fishbone diagram*, analisis sistem berjalan dilakukan menggunakan *activity diagram*. Selain itu *use case diagram* dan *Business Model Canvas (BMC)* digunakan untuk analisis kebutuhan sistem dan model bisnis. Hasil penelitian menunjukkan *website e-commerce* berhasil menghadirkan katalog produk, integrasi *payment gateway*, perhitungan ongkir otomatis, notifikasi transaksi, dan pelacakan pengiriman. Kehadiran fitur-fitur tersebut menjadikan proses pemesanan lebih fleksibel, mudah diakses, dan efisien. Selain itu, penerapan *SEO* membuat situs Toko Nur *Collection* muncul pada halaman pertama Google, memperluas jangkauan pemasaran produk, dan toko dapat menjangkau pelanggan baru yang sebelumnya belum mengenal toko. Oleh karena itu, penerapan *website e-commerce* berbasis *CMS WordPress* dan *SEO* terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran dan mempermudah proses transaksi.

Kata Kunci: *E-Commerce, Content Management System (CMS), Search Engine Optimization (SEO), fashion*

IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE BASED ON A CONTENT MANAGEMENT SYSTEM TO EXPAND MARKETING REACH AT THE NUR COLLECTION STORE

Abstract- Nur *Collection Store* is a business engaged in women's fashion located on Jalan H. Sontong, Pinang, Tangerang City. The store faces several challenges in running its business processes, including the absence of a digital sales system, with orders only being made directly at the store. This condition makes transactions less flexible. In addition, product marketing is limited to *WhatsApp stories*, which are temporary and can only be viewed by customers who have the store's contact number. As a result, product marketing does not reach new customers who are unfamiliar with or have not saved the store's number. This study aims to implement an *e-commerce website* based on a *Content Management System (CMS)* optimized with *Search Engine Optimization (SEO)*. The research methods used in problem identification include observation, interviews, and documentation. Problem analysis was carried out using a *fishbone diagram*, while the current system analysis was conducted using an *activity diagram*. Furthermore, a *use case diagram* and *Business Model Canvas (BMC)* were utilized to analyze system requirements and the business model. The results show that the *e-commerce website* successfully provides a product catalog, *payment gateway* integration, automatic shipping cost calculation, transaction notifications, and delivery tracking. The presence of these features makes the ordering process more flexible, accessible, and efficient. Moreover, the implementation of *SEO* enables the Nur *Collection website* to appear on the first page of Google, expanding product marketing reach and allowing the store to attract new customers who were previously unfamiliar with it. Therefore, the implementation of an *e-commerce website* based on *CMS WordPress* and *SEO* has proven to improve marketing effectiveness and facilitate transaction processes

Keywords: *E-Commerce, Content Management System (CMS), Search Engine Optimization (SEO), fashion*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi telah memberikan dukungan besar terhadap kemajuan teknologi internet. Saat ini, dengan teknologi yang semakin maju, para pelaku bisnis online shop tidak

perlu khawatir karena mereka dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk hanya dengan menggunakan handphone [1]. *E-commerce* di definisikan sebagai proses transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet atau sistem komputer, baik berupa produk fisik maupun layanan digital, yang dapat diakses melalui situs web, aplikasi, atau platform digital lainnya [2].

Salah satu solusi populer untuk membangun situs *e-commerce* adalah *WordPress*, sebuah platform *Content Management System* (CMS) yang banyak digunakan karena kemudahannya. *WordPress* memungkinkan pengguna membuat dan mengelola *website* tanpa perlu pengetahuan pemrograman. Seluruh proses konfigurasi dapat dilakukan melalui antarmuka grafis (*Graphical User Interface*) yang dirancang agar mudah digunakan dan dipahami oleh semua kalangan [3].

Toko Nur *Collection* merupakan usaha di bidang *fashion* wanita yang berlokasi di Jalan H. Sontong, Pinang, Kota Tangerang. Hingga saat ini, toko belum memanfaatkan sistem penjualan berbasis digital, sehingga seluruh proses pemesanan hanya dapat dilakukan secara langsung di toko. Hal ini menyebabkan transaksi menjadi kurang fleksibel. Selain itu, pemasaran produk terbatas hanya dibagikan melalui *story WhatsApp* yang bersifat sementara dan hanya dapat dilihat pelanggan yang memiliki nomor toko. Akibatnya, pemasaran produk tidak menjangkau pelanggan baru yang belum mengenal atau menyimpan nomor toko.

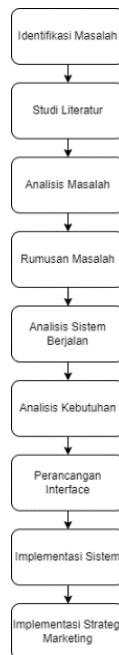
Beberapa penelitian terdahulu telah membahas berbagai kendala dan solusi dalam penerapan *e-commerce* pada bisnis *fashion*. Dalam penelitiannya, [4] membahas Toko Moza *Distro Shop* yang menghadapi masalah seperti sistem penjualan masih tradisional, strategi promosi yang kurang efektif, dan pencatatan laporan manual. Untuk mengatasinya, dikembangkan *website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* versi 6.1.1 yang dilengkapi dengan fitur pemesanan *online* dan pencatatan laporan otomatis guna meningkatkan kepercayaan pelanggan dan efisiensi operasional. Selanjutnya, [5] meneliti Toko Linda *Collection* yang mengalami kesulitan dalam promosi digital dan penyampaian informasi produk karena hanya mengandalkan penjualan langsung. Penelitian ini menghasilkan *website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan *plugin WooCommerce*, yang didukung optimasi SEO dan promosi *via Instagram*, untuk memperluas jangkauan pasar dan mempermudah akses informasi serta proses pemesanan serta pembayaran melalui *transfer bank*. Penelitian oleh [6] mengkaji Joan *Collection* yang mengalami hambatan seperti lokasi toko yang kurang strategis, proses penjualan masih dilakukan secara *offline*, dan ketiadaan promosi digital. *Website e-commerce* berbasis CMS dikembangkan dan diintegrasikan dengan layanan *payment gateway* Xendit untuk mempermudah transaksi. Hasilnya, jangkauan pasar dan penjualan meningkat, serta promosi menjadi lebih efektif melalui media sosial seperti *Instagram*. Adapun [7] meneliti Toko *Second Original* yang masih menggunakan sistem penjualan konvensional dan pemasaran yang belum optimal karena hanya mengandalkan spanduk. *Website e-commerce* berbasis CMS dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar dan mempermudah proses pemesanan secara *online*. Sementara itu, [8] membahas *Distro Betawi Boys* yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemi, promosi yang belum maksimal, serta pencatatan transaksi yang belum optimal. *Website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* dikembangkan, diintegrasikan dengan fitur SEO, serta dipasarkan melalui *Instagram* dan *Google Listing* untuk meningkatkan jangkauan promosi dan kemudahan transaksi secara *online*.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa keterbatasan antara lain penggunaan *WordPress* versi lama, dengan metode pembayaran melalui *transfer bank* atau integrasi Xendit, serta ketiadaan fitur lacak pengiriman. Kondisi ini membatasi fleksibilitas pemesanan dan menyulitkan pelanggan dalam memantau status pengiriman produk secara langsung. Untuk mengatasi mengatasi gap tersebut penelitian mengembangkan *website e-commerce* menggunakan *WordPress* versi terbaru 6.8.2 dengan *plugin WooCommerce*, terintegrasi dengan *payment gateway* Tripay, serta dilengkapi fitur lacak pengiriman otomatis. Penerapan fitur-fitur tersebut, proses pemesanan menjadi lebih efisien dan fleksibel, serta pelanggan dapat memantau pengiriman secara *real-time*. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan sisi keterbaruan dan peningkatan signifikan dibandingkan studi sebelumnya.

Tujuan penelitian ini yaitu menerapkan *website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan *plugin WooCommerce* pada Toko Nur *Collection* guna mempermudah proses pemesanan, meningkatkan fleksibilitas transaksi, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui optimasi SEO sehingga pemasaran produk dapat menjangkau pelanggan baru.

2. METODE PENELITIAN

Pada Gambar 1 menunjukkan rangkaian tahapan penelitian yang menggambarkan jalannya proses penelitian ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini, tahapan awal dilakukan melalui pengumpulan data dengan observasi langsung terhadap aktivitas bisnis di toko, wawancara dengan pemilik toko untuk menggali permasalahan yang dihadapi, serta dokumentasi berupa data transaksi dan laporan penjualan. Selain itu, studi literatur dari berbagai jurnal yang relevan dari penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi dalam penelitian ini. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis masalah menggunakan *Fishbone Diagram* untuk mengidentifikasi penyebab utama permasalahan yang dihadapi. Hasil analisis tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menyusun perumusan masalah agar lebih terarah dan sesuai dengan kondisi yang ada.

Tahap berikutnya adalah analisis sistem berjalan dengan menggunakan *activity diagram* untuk memvisualisasikan alur proses di Toko Nur Collection. Dari hasil analisis ini, penelitian menyusun *use case diagram* guna merancang kebutuhan sistem berdasarkan interaksi pengguna, mulai dari login hingga pembuatan laporan. Selain itu, *Business Model Canvas (BMC)* dipakai untuk memetakan elemen-elemen utama bisnis agar lebih tepat sasaran.

Dalam perancangan *interface*, aplikasi Balsamiq digunakan untuk membuat prototipe tampilan pengguna. Implementasi sistem dilakukan menggunakan CMS *WordPress* versi 6.8.2 dengan *plugin WooCommerce*. Fitur tambahan yang dimanfaatkan meliputi *OngkosKirim.id* untuk perhitungan ongkir, *Tripay* untuk pembayaran digital, serta *Yoast SEO* untuk optimasi mesin pencari.

Tahapan terakhir yaitu implementasi strategi marketing melalui pendekatan *marketing mix 4P*, dengan fokus pada tiga elemen utama. Strategi produk dengan menampilkan produk beserta kategori di *website* guna memudahkan pelanggan menemukan produk yang dicari. Strategi harga diterapkan melalui pemberian voucher potongan harga, sedangkan strategi promosi dilakukan melalui *What'sApp* dan halaman utama *website*.

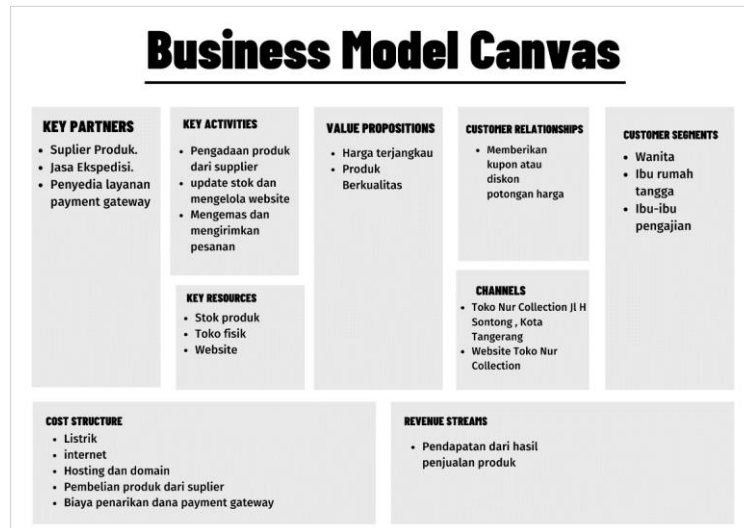
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Model Bisnis

Business Model Canvas merupakan pendekatan yang digunakan untuk merancang strategi bisnis dalam bentuk visual sehingga lebih mudah dimengerti oleh penggunanya [9]. BMC memiliki 9 elemen utama yang dapat dilihat pada Gambar 2, dengan uraian sebagai berikut:

- Customer Segments*, Toko Nur Collection menargetkan wanita, khususnya ibu rumah tangga dan ibu-ibu pengajian.
- Value Propositions*, keunggulan yang ditawarkan toko yaitu harga yang terjangkau dan produk berkualitas.
- Channels*, proses pemasaran dan penjualan dilakukan melalui toko fisik dan *website e-commerce*.
- Customer Relationship*, hubungan dengan pelanggan dijaga melalui promosi berkala, seperti kupon belanja dan potongan harga pada periode tertentu.

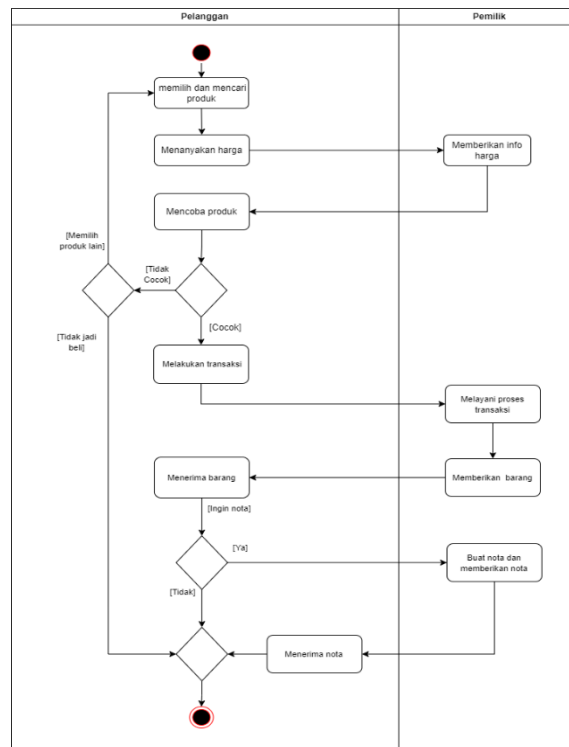
- e. *Revenue Streams*, sumber pemasukan toko berasal dari hasil penjualan produk.
- f. *Key Activities*, kegiatan utama yang dijalankan toko meliputi pemesanan produk dari *supplier*, *update* stok, pengelolaan *website*, serta pengemasan dan mengirimkan pesanan.
- g. *Key Resource*, sumber daya utama yang dimiliki Toko Nur *Collection* mencakup, persediaan produk, toko fisik, dan *website* yang berperan dalam mendukung operasional bisnis *digital*
- h. *Key Partners*, toko bekerja sama dengan *supplier* produk, ekspedisi, dan penyedia layanan *payment gateway*.
- i. *Cost Structure*, sumber biaya pengeluaran toko mencakup listrik, internet, hosting dan domain, pembelian produk, serta biaya penarikan dana dari layanan *payment gateway*.



Gambar 2. BMC

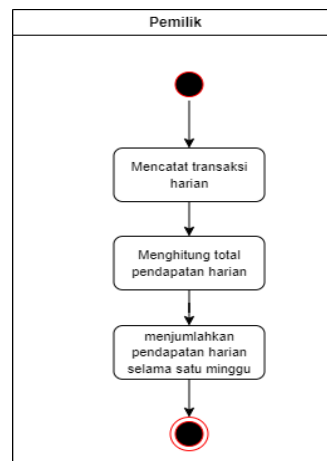
3.2 Alur Bisnis

Activity Diagram merupakan representasi visual yang dibuat berdasarkan analisis dan desain sistem, yang menunjukkan urutan kegiatan atau proses yang dijalankan oleh pengguna dalam sistem tersebut [10]. Proses Transaksi langsung di Toko Nur *Collection* diawali ketika pelanggan datang langsung ke toko. Pelanggan mencari dan memilih produk yang diinginkan. Setelah mendapatkan produk yang dicari, pelanggan menanyakan harga ke pemilik, dan pemilik memberikan informasi harga secara langsung. Setelah pelanggan mengetahui harga, pelanggan dapat mencoba langsung produk tersebut. Jika tidak cocok pelanggan dapat memilih mencari produk lain, atau memutuskan tidak melakukan transaksi. Namun, jika cocok, maka proses dilanjutkan ke tahap transaksi. Pelanggan akan melakukan transaksi, dan pemilik melayani proses transaksi, serta memberikan barang kepada pelanggan, dan pelanggan menerima barang. Jika pelanggan ingin nota, maka pemilik akan membuatkan nota. Jika tidak, maka pelanggan dapat meninggalkan toko. Proses transaksi langsung di toko dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses Transaksi Langsung di Toko

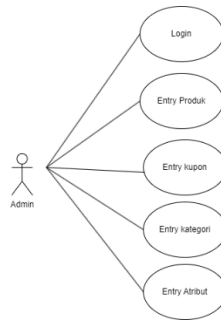
Selain proses transaksi, Toko Nur Collection juga memiliki aktivitas pencatatan laporan penjualan. Proses ini dimulai ketika pemilik mencatat transaksi harian di buku dan menghitung total pendapatan setiap harinya setelah toko tutup selama satu minggu. Pada hari minggu, pemilik menjumlahkan seluruh pendapatan selama satu minggu berdasarkan total pendapatan harian. Proses laporan penjualan dapat dilihat pada Gambar 4.



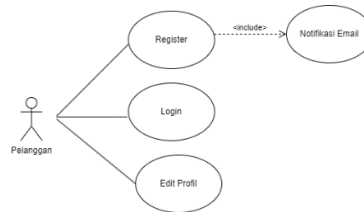
Gambar 4. Proses Laporan Penjualan

3.3 Use Case Diagram

Use Case Diagram menampilkan fungsi-fungsi yang dimiliki sistem serta hubungan interaksi antara aktor dan sistem tersebut [11]. Use case ini digunakan untuk mempermudah pemahaman kebutuhan pengguna dan proses kerja dalam sistem secara menyeluruh. Pada Gambar 5 ditampilkan use case diagram master admin yang memvisualisasikan aktivitas utama admin, yaitu login, entry produk, kupon, kategori dan atribut. Sementara itu, Gambar 6 menampilkan use case diagram master pelanggan, di mana pelanggan dapat melakukan register akun yang secara otomatis disertai notifikasi email sebagai tanda konfirmasi, selain itu pelanggan juga dapat login dan edit profil.

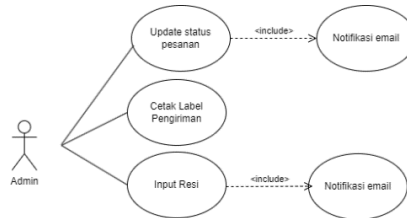


Gambar 5. Use Case Diagram Master Admin

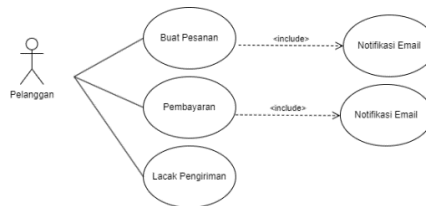


Gambar 6. Use Case Diagram Master Pelanggan

Pada Gambar 7 ditampilkan *use case diagram* transaksi yang di dalamnya terdapat dua aktor utama, yaitu admin dan pelanggan. Admin dapat melakukan *update* status, cetak label pengiriman, serta input resi. Pada aktivitas *update* status dan input resi, sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi email ke pelanggan. Dari sisi pelanggan, terdapat aktivitas membuat pesanan, pembayaran, dan melacak pengiriman, Sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi email setelah pesanan dibuat dan pembayaran dilakukan yang di visualisasikan pada Gambar 8.

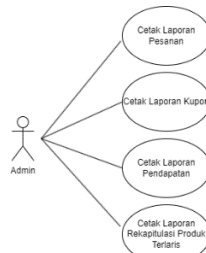


Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

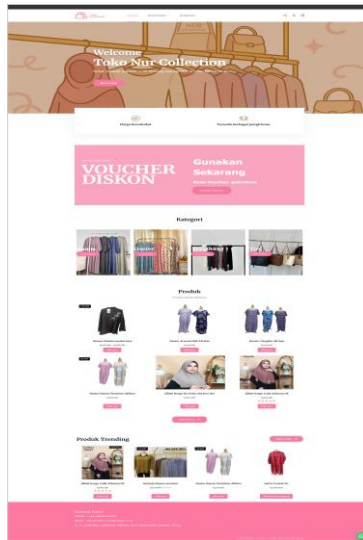
Pada Gambar 9 menampilkan *use case diagram* laporan yang didalamnya terdapat satu aktor utama, yaitu admin, yang memiliki akses untuk mencetak laporan pesanan, kupon, pendapatan, serta rekapitulasi produk terlaris.



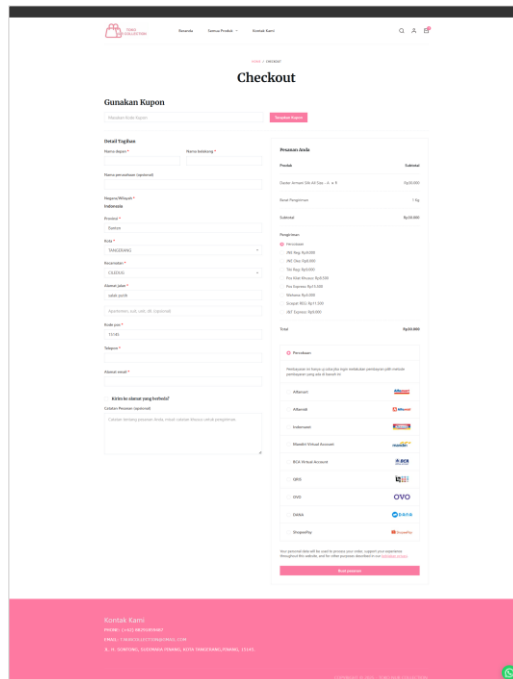
Gambar 9. Use Case Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

Balsamiq merupakan *software wireframing* yang dibuat khusus untuk mempercepat proses pembuatan sketsa antarmuka [12]. Pada Gambar 10 ditunjukkan beranda situs yang menampilkan banner utama dan promosi dengan *button* menuju halaman produk, diikuti kategori produk, daftar produk, produk trending, serta informasi kontak. Selanjutnya, pada Gambar 11 terdapat halaman *checkout* yang berisi *form* data tagihan yang harus diisi oleh pembeli seperti nama, alamat, kota, kode pos, telepon, dan catatan tambahan. Pada bagian kanan terdapat ringkasan pesanan mengenai produk yang dibeli, jumlah harga, pilihan pengiriman, serta metode pembayaran.



Gambar 10. Rancangan Layar Beranda Website

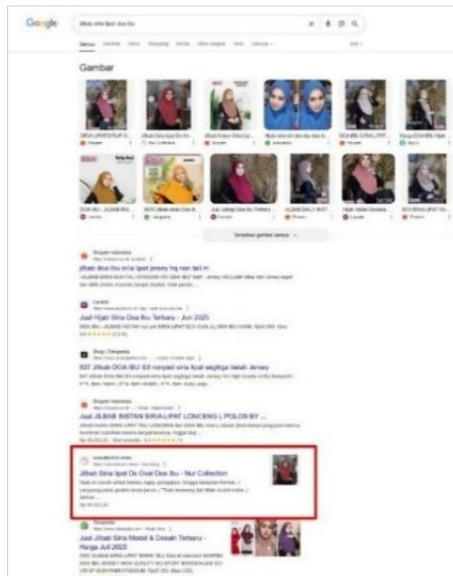


Gambar 11. Rancangan Layar Checkout

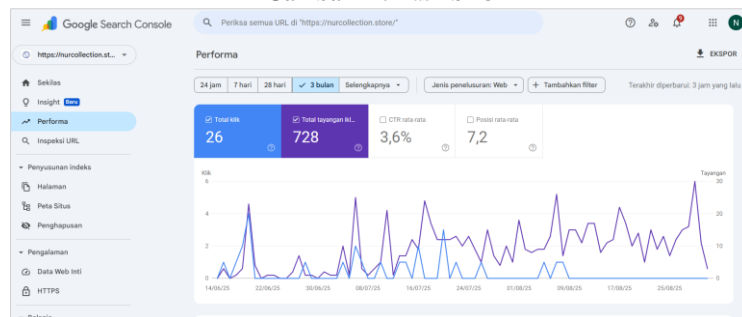
3.5 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah sebuah upaya untuk meningkatkan performa *website* agar dapat menempati posisi teratas di hasil pencarian mesin pencari [13]. Penerapan SEO pada situs Toko Nur Collection

dilakukan dengan memanfaatkan *plugin Yoast SEO* melalui pengaturan frasa kunci, *slug*, dan deskripsi meta. Kata kunci produk “jilbab siria lipat doa ibu” digunakan dalam proses optimasi karena sesuai dengan produk yang ditawarkan. Verifikasi melalui *Google Search Console* serta pencarian langsung di mesin pencari Google menunjukkan bahwa pada 18 Juli 2025 jam 19.53 WIB, situs Toko Nur *Collection* berhasil muncul di urutan ke lima pada halaman pertama hasil pencarian dengan kata kunci tersebut, yang divisualisasikan pada Gambar 12 untuk hasil SEO dan Gambar 13 untuk performa SEO menggunakan *Google Search Console*.



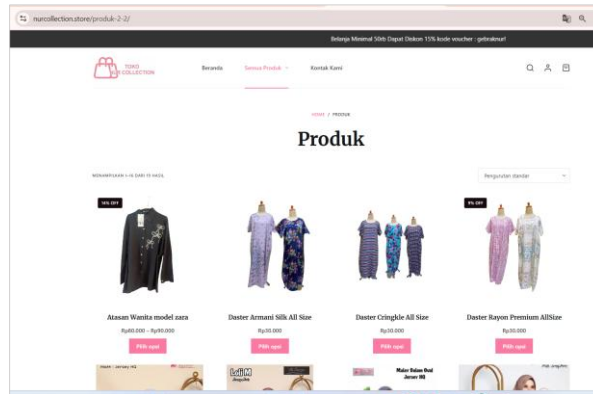
Gambar 12. Hasil SEO



Gambar 13. Performa SEO

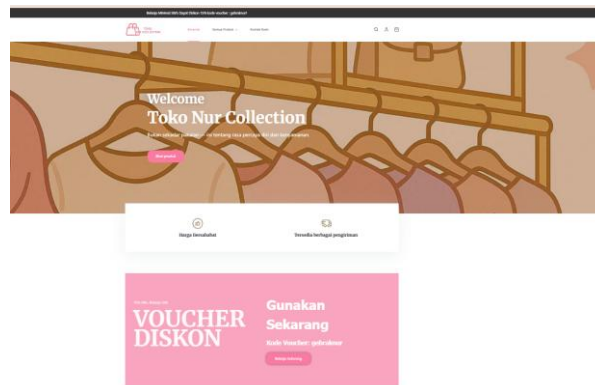
3.6 Strategi Marketing

Marketing mix merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan untuk mengkombinasikan penawaran produk, kebijakan harga, kegiatan promosi, dan jalur distribusi sebagai bagian penting dari strategi pemasaran [14]. Namun, dalam penelitian ini hanya difokuskan pada tiga elemen utama, yaitu Produk, Harga, dan Promosi. Strategi Produk menampilkan produk beserta kategori untuk memudahkan pelanggan menemukan barang yang diinginkan yang dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Strategi Produk

Strategi Harga memberikan potongan harga sebesar 15% untuk pembelian minimal Rp50.000 yang dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Strategi Harga

Strategi Promosi dilakukan melalui grup *What'sApp* dengan menyertakan tautan menuju *website* dan ditampilkan juga pada halaman utama situs yang dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16. Strategi Promosi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan *website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* dengan *plugin WooCommerce* pada Toko Nur *Collection* mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. *Website* yang dikembangkan berhasil menghadirkan fitur-fitur seperti katalog produk, integrasi *payment gateway*, perhitungan ongkir otomatis, notifikasi transaksi, hingga pelacakan pengiriman. Dengan kehadiran fitur-fitur tersebut menjadikan proses pemesanan lebih fleksibel, mudah diakses, dan efisien. Selain itu, penerapan teknik SEO membuat *website* Toko Nur *Collection* dapat tampil pada halaman pertama mesin pencari Google, sehingga pemasaran produk tidak lagi terbatas hanya melalui *WhatsApp*. Hal ini memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau pelanggan baru yang sebelumnya belum mengenal toko. Dengan demikian, penerapan *website e-commerce* berbasis CMS *WordPress* dan SEO terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran dan mempermudah proses transaksi. Adapun yang disarankan terhadap penelitian selanjutnya adalah menambahkan layanan pengiriman instan pada *website* yang sedang dikembangkan, karena dalam penelitian ini hanya menerapkan layanan pengiriman reguler. Dengan adanya fitur tersebut, pelanggan dapat memilih opsi pengiriman yang lebih cepat sesuai kebutuhan, sehingga meningkatkan kepuasan dan pengalaman berbelanja secara *online*. Selain itu, disarankan juga untuk mengembangkan sistem review produk yang lebih interaktif dengan memungkinkan pelanggan mengunggah foto produk saat memberikan ulasan. Penerapan fitur ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli serta memberikan informasi produk yang lebih jelas dan nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Nur Azizah, "Analisa Teknologi Internet sebagai Media Transaksi E-Commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi secara Signifikan," *J. Ilm. Sain dan Teknol.*, vol. 2, no. 4, pp. 35–40, 2024, doi: 10.572349/scientica.v2i5.1302.
- [2] A. Nabil, N. P. S., & Wahid, "Pengaruh E-Commerce terhadap Volume Penjualan pada Marketplace Lokaloka di Jakarta Pusat," *Innobiz J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 12–23, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.cyber-univ.ac.id/index.php/innobiz/article/view/76>
- [3] M. F. Arsa, *Buku Belajar WordPress Dari Dasar Hingga Mahir*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=H_IJEAAAQBAJ
- [4] R. Hazami, B. C. Putra, G. Gata, F. T. Informasi, U. B. Luhur, and U. M. Language, "Implementasi E-commerce Berbasis Content Management System pada UMKM Moza Distro Shop," *2nd Semin. Nas. Mhs. Fak. Teknol.*, vol. 2, no. April, pp. 607–615, 2023.
- [5] A. A. Hassan, M. A. Rony, Yuliazmi, and B. C. Putra, "Implementasi E-commerce Menggunakan Content Management System (CMS) pada Toko Linda Collection," *2nd Semin. Nas. Mhs. Fak. Teknol.*, vol. 2, no. 1, pp. 659–667, 2023.
- [6] B. A. Pratikto and L. Margatama, "Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Joan Collection," vol. 3, no. 2, pp. 1403–1413, 2024.
- [7] M. Luthfan and G. Gata, "Implementasi E-Commerce untuk Penjualan Pakaian Bekas pada Toko Second Original," *Idealis Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 2, pp. 232–241, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i2.2846.
- [8] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi e-commerce dengan metode Business Model Canvas (BMC) menggunakan content management system (CMS) untuk meningkatkan penjualan pada Distro Betawi Boys," *Idealis Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2867.
- [9] F. Ramadhan and L. Fajarita, "Implementasi Rancangan E-Commerce pada Surya Timur Collection dengan Metode Bussines Model Canvas (BMC) berbasis Content Management SYSTEM(CMS)," *J. Idealis*, vol. 3, pp. 251–259, 2020.
- [10] E. Ocha Widya Susanti and I. Ummami, "Rancang Bangun Sistem Informasi Jurnal Perkuliahan Berbasis Web Guna Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis-JTEKSIS*, vol. 4, no. 1, p. 386, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i2.556>
- [11] G. Khairunnisa and A. Voutama, "Penerapan Uml Dalam Perancangan Sistem Informasi Peminjaman Inventaris Berbasis Web Di Bem Fasilkom Unsika," *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.)*, vol. 8, no. 3, pp. 2748–2755, 2024, doi: 10.36040/jati.v8i3.9538.
- [12] E. M. Putri *et al.*, *Rahasia Jago Figma Dari Nol!* Jakarta: SIEGA Publisher, 2025. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=bXlceQAAQBAJ>
- [13] A. P. Adi, *Praktis Membuat Website Sendiri dengan Wordpress*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=WLPBEEAAAQBAJ>
- [14] A. N. Bakhitah and A. Lusua, "Pengaruh Strategi Marketing Mix (4P) dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo)," *J. Sinar Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 102–115, 2023, doi: 10.56338/jsm.v11i2.2821.