

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 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 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

IMPLEMENTASI *WEBSITE E-COMMERCE* BERBASIS *WORDPRESS* UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PELANGGAN PADA HAFIZH SPORT

Luthfia Maharani^{1*}, Agnes Aryasanti²

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

Email: ¹*2112500182@student.budiluhur.ac.id, ²agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Seiring perkembangan zaman, teknologi terus mengalami kemajuan yang pesat dan menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Saat ini, teknologi sangat mempermudah berbagai aktivitas, termasuk dalam aktivitas berbelanja. Aktivitas berbelanja kini menjadi lebih praktis dan efisien melalui toko *online* atau *e-commerce* karena dapat diakses secara *online*. Kemudahan akses yang ditawarkan toko *online* atau *e-commerce* tersebut memiliki potensi besar dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. Berdasarkan kondisi tersebut, pelaku usaha perlu melakukan adaptasi dengan perkembangan teknologi terhadap usahanya agar dapat bertahan serta bersaing di era digital yang semakin kompetitif. Hafizh Sport yang berlokasi di Jalan Kelapa Dua Raya merupakan salah satu usaha di bidang penjualan alat-alat olahraga. Saat melakukan penjualan, terdapat beberapa permasalahan yaitu proses transaksi yang hanya dapat dilakukan pada toko fisik mengakibatkan jangkauan pelanggan terbatas, informasi produk yang minim dan promosi belum optimal untuk menjangkau pelanggan baru. Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan penelitian yang berfokus dalam implementasi *website e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress*. Pendekatan pada penelitian ini dilakukan melalui tahapan yang disusun secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah, studi pustaka, analisis sistem, perancangan tampilan *website* hingga implementasi. Strategi *Search Engine Optimization (SEO)* dan pembuatan akun *Instagram* juga dilakukan untuk meningkatkan promosi produk melalui media digital. Adanya *website e-commerce* bertujuan untuk memberikan kemudahan transaksi dan mengakses informasi serta promosi secara *online* sehingga memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pelanggan. Hasil dari implementasi menunjukkan bahwa *website e-commerce* dapat menampilkan informasi produk secara lengkap dan memudahkan pelanggan dalam mencari informasi menggunakan fitur yang tersedia.

Kata Kunci: *Website, E-commerce, Content Management System (CMS), WordPress*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE WEBSITE* BASED ON *WORDPRESS* TO EXPAND CUSTOMER REACH AT HAFIZH SPORT

Abstract- As time goes by, technology continues to experience rapid progress and has become an inseparable part of human life. Currently, technology greatly simplifies various activities, including shopping. Shopping activities have become more practical and efficient through online stores or *e-commerce* because they can be accessed online. The ease of access offered by online stores or *e-commerce* has great potential to reach a wider customer base without being limited by time and location. Based on these conditions, business actors need to adapt to technological developments in their businesses to survive and compete in the increasingly competitive digital era. Hafizh Sport, located on Jalan Kelapa Dua Raya, is a business specializing in the sale of sports equipment. During sales, several problems were encountered, including the transaction process that can only be carried out in a physical store, resulting in limited customer reach, minimal product information, and suboptimal promotions to reach new customers. To address these problems, research is needed that focuses on implementing an *e-commerce website* using the *WordPress Content Management System (CMS)*. The approach in this research is carried out through systematic stages, starting from problem identification, literature review, system analysis, website design, and implementation. *Search Engine Optimization (SEO)* strategies and the creation of an *Instagram* account were also implemented to enhance product promotion through digital media. The *e-commerce website* aims to facilitate transactions and access information and promotions online, thus providing an opportunity to expand customer reach. The implementation results show that the *e-commerce website* can display comprehensive product information and facilitate customer search using the available features.

Keywords: *Website, E-commerce, Content Management System (CMS), WordPress*

1. PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin berkembang pesat membuat kehidupan manusia semakin dipermudah, seperti aktivitas berbelanja. Aktivitas tersebut dapat dilakukan melalui *e-commerce*, tanpa harus datang langsung ke toko. *Electronic commerce* atau dapat disingkat menjadi *e-commerce* merupakan aktivitas dari proses transaksi jual dan beli melalui perangkat alat elektronik yang terhubung dengan internet [1]. Penggunaan internet dalam *e-commerce* memungkinkan siapa saja dapat mengakses dalam kondisi apapun tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. Hal ini dapat membuat jangkauan pelanggan tidak terbatas, sehingga memberikan potensi untuk bisnis dalam meningkatkan pendapatan. Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, pelaku usaha perlu melakukan transformasi digital dengan memanfaatkan teknologi digital ke usahanya. Transformasi digital merupakan sebuah proses untuk melakukan perubahan cara kerja untuk menciptakan nilai baru untuk pelanggan dengan menggunakan teknologi [2].

Hafizh Sport merupakan salah satu contoh dari pelaku usaha yang masih minim dalam memanfaatkan teknologi. Usaha tersebut menjual alat-alat olahraga yang berlokasi di Jalan Kelapa Dua Raya. Pelanggan hanya dapat melakukan transaksi secara langsung, karena Hafizh Sport tidak menyediakan layanan penjualan secara *online*. Hal tersebut menyebabkan jangkauan pelanggan terbatas. Selain itu, promosi produk pada Hafizh Sport belum dilakukan secara optimal. Informasi mengenai Hafizh Sport hanya dapat ditemukan melalui *google maps*. Detail informasi di *google maps* hanya berisi alamat, nomor telepon, jam operasional, deskripsi penjualan, foto tempat usaha dan foto produk. Namun, informasi yang tersedia belum disertai deskripsi lengkap dari setiap produk. Dampak dari seluruh kondisi yang dimiliki Hafizh Sport membuat pendapatan tidak mengalami peningkatan yang signifikan dan cenderung stabil, terkadang juga mengalami penurunan. Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan yang perlu diselesaikan adalah bagaimana *website e-commerce* dapat memperluas jangkauan pelanggan dengan melakukan penjualan dan promosi secara *online* serta memberikan kemudahan dalam mengakses informasi produk.

Solusi yang dapat dilakukan untuk Hafizh Sport adalah melakukan implementasi *website e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress*. *Content Management System (CMS)* merupakan platform *online* yang memungkinkan seseorang mengembangkan *website* sesuai kebutuhan, tanpa perlu memahami bahasa pemrograman [3]. Oleh karena itu, *WordPress* dipilih untuk memberikan fleksibilitas dalam mengelola *website* secara mandiri. Dalam proses analisis dari masalah yang dihadapi, penelitian ini akan menggunakan *fishbone diagram* yang merupakan diagram sebab akibat untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahan hingga akar dari masalah tersebut [4]. Selanjutnya, ide bisnis dirancang melalui *Business Model Canvas (BMC)*. Gambaran ide bisnis tersebut dirancang menggunakan sembilan blok *Business Model Canvas (BMC)* yang saling berkaitan dengan satu sama lain untuk menghasilkan suatu model bisnis yang diinginkan [5]. Pada tahap analisis sistem, penelitian ini akan memanfaatkan diagram dari *Unified Modeling Language (UML)*. *Unified Modeling Language (UML)* merupakan sebuah bahasa pemodelan dari sistem yang akan dirancang dan memiliki berbagai diagram sesuai aspek sistem [6]. Selain itu, sebagai upaya untuk mengoptimalkan promosi produk melalui media digital juga dilakukan optimasi *Search Engine Optimization (SEO)* dan pembuatan akun *Instagram*. *Search Engine Optimization* merupakan strategi untuk meningkatkan kualitas sebuah *website* sehingga mendapatkan volume kunjungan melalui halaman mesin pencari [7]. Sejalan dengan itu, strategi pemasaran yang efektif juga diperlukan. Pemasaran merupakan kegiatan untuk mempromosikan suatu produk [8]. Tujuan dari implementasi ini adalah menghadirkan *website e-commerce* yang mampu meningkatkan efektivitas bagi pelanggan dalam melakukan transaksi dan memperoleh informasi secara *online* sekaligus memberikan peluang untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

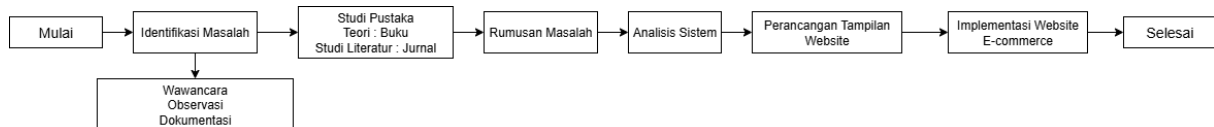
Penelitian mengenai implementasi *website e-commerce* pada toko olahraga telah banyak dipublikasikan dalam beberapa jurnal yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian. Lima jurnal yang menjadi referensi pada penelitian ini menunjukkan kesimpulan yang positif mengenai implementasi *website e-commerce* untuk toko olahraga. Hasil kesimpulan dari penelitian pertama menunjukkan bahwa *e-commerce* yang dikembangkan telah berfungsi dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta membantu penjualan alat-alat olahraga secara optimal [9]. Penelitian kedua memiliki kesimpulan yaitu *e-commerce* yang diterapkan dapat mendukung kelancaran toko dalam melakukan penjualan, seperti pelanggan lebih mudah mendapatkan informasi dan aktivitas dari toko, memudahkan pelanggan dalam memesan dan admin dapat dengan mudah membuat laporan [10]. Penelitian ketiga memiliki kesimpulan yaitu dengan adanya *website* membuat toko dapat memasarkan produknya secara *online* sehingga pelanggan dapat dengan mudah melakukan pemesanan dan *website* juga dapat menjadi media promosi [11]. Penelitian keempat memiliki kesimpulan bahwa fitur-fitur dari *website e-commerce* membuat penjualan lebih maksimal serta laporan dapat dengan mudah dikelola [12]. Penelitian kelima memiliki kesimpulan yaitu *website e-commerce* memudahkan pelanggan dalam menemukan produk yang dijual karena memiliki fitur kategori dan memudahkan pemilik toko dalam mengelola informasi ketersediaan stok produk secara *online* serta

penggunaan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* dapat meningkatkan kunjungan pelanggan melalui mesin pencari [13].

Implementasi *website e-commerce* pada referensi tersebut umumnya dilakukan pada tempat riset yang telah memiliki pengalaman promosi atau penjualan *online* melalui media sosial maupun *marketplace*, serta sebagian jurnal memiliki tahapan perancangan sistem dengan berbagai diagram. Berbeda dengan jurnal yang menjadi referensi, penelitian ini berfokus pada tempat riset yang memiliki kondisi yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, *website* menjadi langkah awal bagi Hafizh Sport untuk memanfaatkan teknologi digital melalui tampilan yang sederhana dan mudah dipahami sehingga memudahkan pengguna sekaligus mendukung kegiatan promosi serta penjualan secara *online*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang disusun untuk memastikan setiap pengerjaan dilaksanakan secara sistematis, tahapan penelitian tersebut disajikan pada Gambar 1. Proses dari identifikasi masalah dilakukan melalui tiga langkah yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan pemilik usaha, kemudian jawaban dicatat melalui *handphone*. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas transaksi yang sedang berlangsung sedangkan dokumentasi mencakup bukti fisik berupa foto. Setelah proses identifikasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah studi pustaka yang dilakukan dengan mengumpulkan landasan teoritis yang berasal dari buku terbitan maksimal tujuh tahun terakhir dan referensi jurnal yang memiliki tahun terbitan maksimal lima tahun terakhir. Masalah yang teridentifikasi kemudian dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang spesifik beserta solusinya. Tahapan berikutnya adalah analisis sistem yang mencakup beberapa kegiatan, seperti analisis proses sistem berjalan menggunakan *activity diagram*, analisis masalah menggunakan *fishbone diagram*, analisis gambaran ide bisnis menggunakan *business model canvas* dan analisis kebutuhan sistem menggunakan *use case diagram*. Hasil dari analisis tersebut kemudian digunakan untuk menyusun perancangan tampilan *website* dengan bantuan aplikasi *balsamiq* untuk menggambarkan setiap halaman dan menu yang akan diimplementasikan dalam *website*. Tahap terakhir adalah *website e-commerce* diimplementasikan mencakup beberapa aktivitas, mulai dari pembelian hosting dan domain, instalasi *WordPress*, penyesuaian tampilan *website* sesuai kebutuhan hingga optimasi *Search Engine Optimization*.

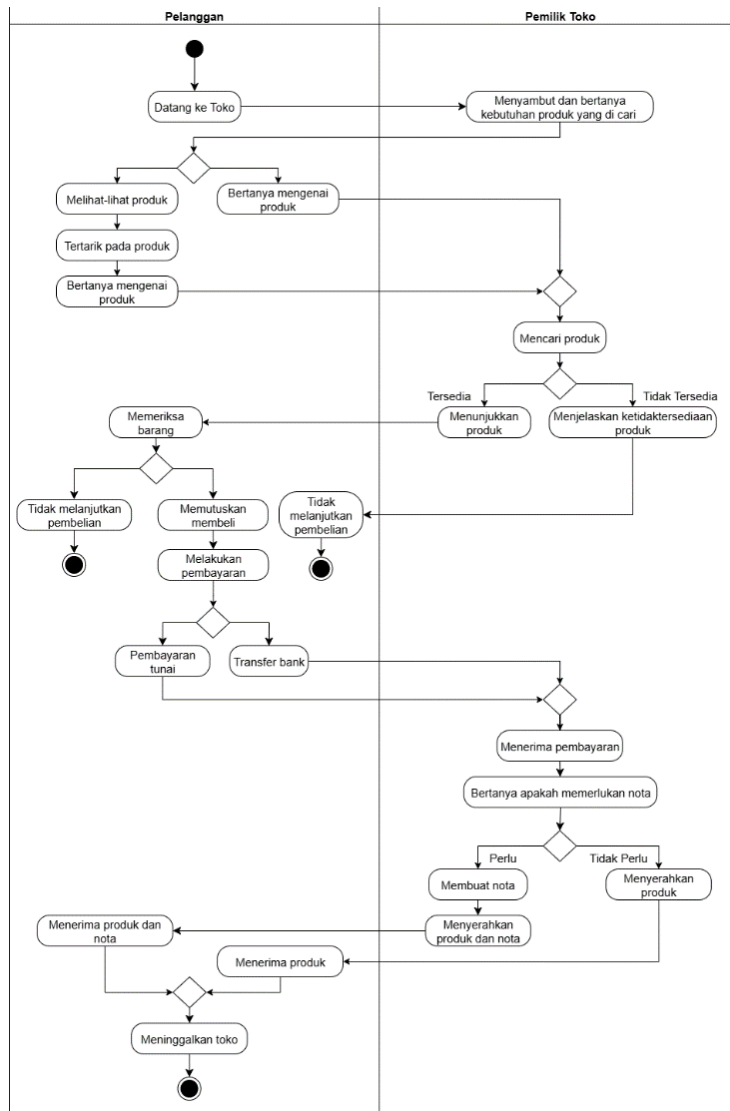


Gambar 1. Tahapan Penelitian

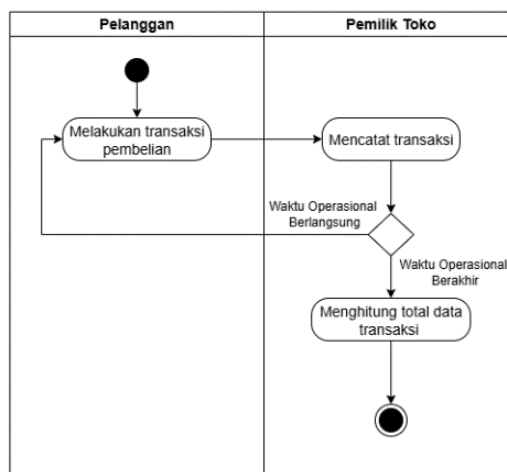
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

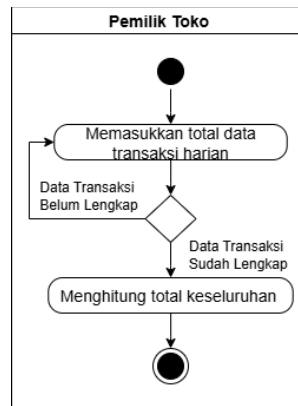
Proses penjualan di toko fisik diawali dengan pelanggan datang langsung ke toko dan bertanya mengenai produk yang diinginkan. Pemilik toko akan mencari produk lalu menunjukkannya, apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dilanjutkan dengan proses pembayaran secara tunai atau transfer bank. Setelah pembayaran diterima, pemilik toko akan menyerahkan produknya, seperti yang divisualisasikan dalam *activity diagram* pada Gambar 2. Setiap transaksi yang terjadi akan dicatat secara manual oleh pemilik toko di buku, kemudian seluruh transaksi dijumlahkan pada akhir jam operasional seperti yang divisualisasikan dalam *activity diagram* pada Gambar 3. Total dari transaksi harian tersebut lalu dicatat ke buku lainnya dan dihitung keseluruhannya pada akhir bulan, seperti yang divisualisasikan dalam *activity diagram* pada Gambar 4.



Gambar 2. Proses Penjualan Melalui Toko Fisik



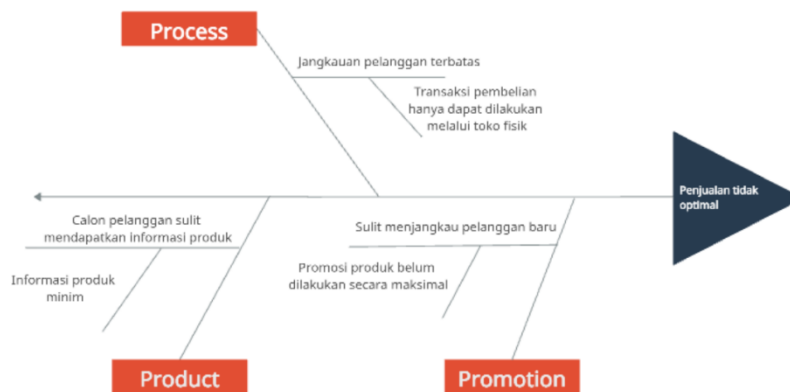
Gambar 3. Proses Pembuatan Data Transaksi Harian



Gambar 4. Proses Pembuatan Laporan Bulanan

3.2 Analisis Masalah

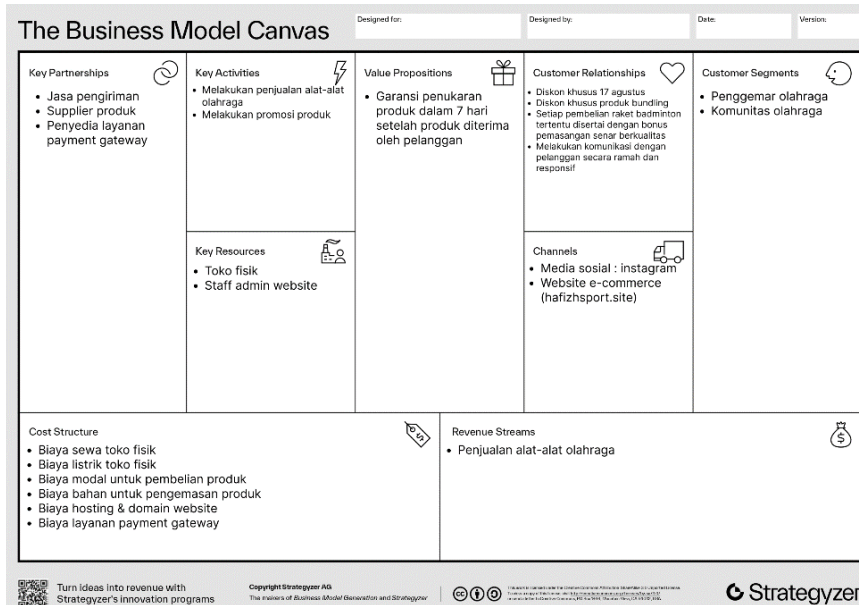
Analisis masalah pada Hafizh Sport divisualisasikan melalui *fishbone diagram* pada Gambar 5 dengan tiga aspek utama yang menjadi fokus permasalahan. Pertama, aspek “*Process*” yaitu transaksi pembelian hanya dapat dilakukan pada toko fisik sehingga jangkauan pelanggan terbatas. Kedua, aspek “*Product*” yaitu minimnya informasi produk mengakibatkan calon pelanggan sulit mendapatkan informasinya. Ketiga, aspek “*Promotion*” yaitu promosi produk belum dilakukan secara optimal jadi sulit untuk menjangkau pelanggan baru.



Gambar 5. Fishbone Diagram

3.3 Analisis Business Model Canvas (BMC)

Gambaran ide bisnis dijelaskan secara menyeluruh melalui sembilan elemen dengan *Business Model Canvas* (BMC) pada Gambar 6. Elemen “*Customer Segment*” mencakup penggemar olahraga yang memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan hobi mereka serta komunitas olahraga yang cenderung melakukan pembelian secara rutin dalam jumlah besar. Elemen “*Value Propositions*” menawarkan garansi penukaran produk dalam tujuh hari setelah diterima oleh pelanggan dengan ketentuan yang berlaku. Pada elemen “*Channels*”, *website* digunakan sebagai media penjualan dan informasi, sedangkan akun *Instagram* digunakan sebagai media informasi dan komunikasi. Elemen “*Customer Relationships*” diperkuat melalui pemberian diskon khusus pada tanggal 17 agustus, diskon produk *bundling*, layanan pemasangan senar raket badminton gratis untuk pembelian raket tertentu serta komunikasi yang baik dengan pelanggan. “*Revenue Streams*” diperoleh melalui penjualan alat-alat olahraga. Elemen “*Key Resources*” yang dimiliki adalah toko fisik untuk melakukan penjualan secara *offline* dan staff admin untuk mengelola penjualan secara *online*. Penjualan alat-alat olahraga disertai promosi produk dilakukan sebagai “*Key Activities*” yang didukung oleh elemen “*Key Partnerships*” dengan Jasa pengiriman, *payment gateway* dan supplier produk. Adapun “*Cost Structure*” terdiri atas biaya hosting, domain, layanan *payment gateway* untuk penjualan secara *online*, serta biaya sewa dan listrik toko fisik untuk penjualan *offline* dan yang paling utama adalah biaya modal untuk pembelian produk.

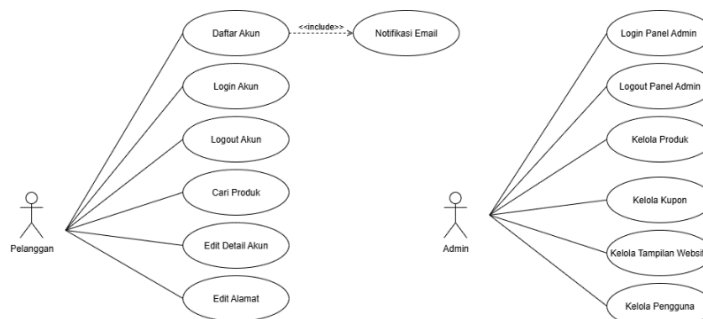


Gambar 6. Business Model Canvas (BMC)

3.4 Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Master

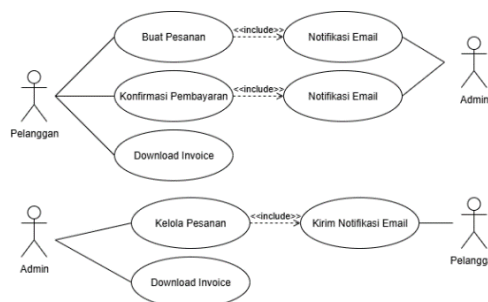
Pada Gambar 7 menunjukkan pelanggan dan admin dapat melakukan fungsi apa saja di *website* yang diimplementasikan. Pelanggan dapat daftar akun, *log in*, *log out*, cari produk, edit detail akun dan edit alamat. Sedangkan admin dapat melakukan *log in* dan *log out* panel admin, kelola produk, kelola kupon, kelola tampilan *website* dan kelola pengguna.



Gambar 7. Use Case Diagram Master

b. Use Case Diagram Transaksi

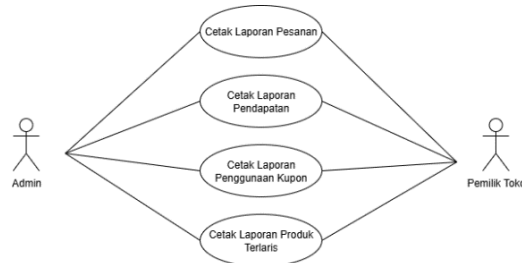
Pada Gambar 8 menunjukkan pelanggan dan admin dapat melakukan fungsi apa saja dari aktivitas transaksi di *website* yang diimplementasikan. Pelanggan dapat membuat pesanan, konfirmasi pembayaran dan *download invoice*. Sedangkan admin dapat mengelola pesanan dan *download invoice*.



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

c. *Use Case Diagram* Laporan

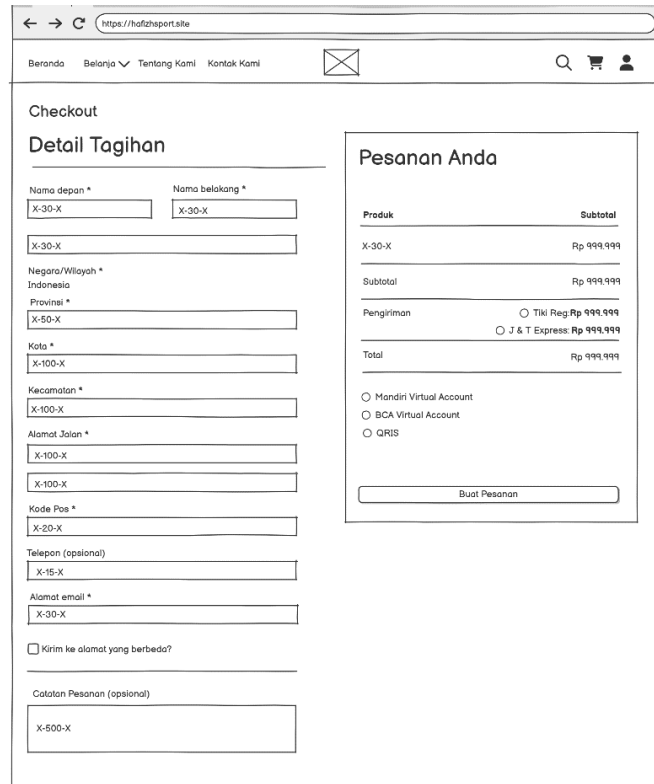
Pada Gambar 9 menunjukkan admin dapat mencetak laporan operasional apa saja di *website* yang diimplementasikan. Laporan yang dapat dicetak meliputi laporan pesanan, laporan pendapatan, laporan penggunaan kupon dan laporan produk terlaris.



Gambar 9. *Use Case Diagram* Laporan

3.5 Rancangan Tampilan *Website*

Tampilan *website* pada penelitian ini dirancang mencakup *user interface* dan *user experience* dari setiap halaman. *User interface* tersebut meliputi halaman beranda, belanja, konfirmasi pembayaran, tentang kami, kontak kami, akun saya, akun saya setelah melakukan *log in* akun, keranjang belanja dan *check out*. Berikut merupakan salah satu contoh dari *user interface* dan *user experience* halaman *checkout*. Pada Gambar 10, pelanggan harus mengisi detail informasi yang diperlukan untuk proses *checkout*. Nama kolom yang memiliki simbol bintang (*) wajib diisi, sedangkan kolom yang memiliki *dropdown* berarti pengisian data dapat dipilih dari daftar yang tersedia. Halaman ini memiliki tabel ringkasan belanja yang berisi daftar produk yang akan dipesan beserta total yang harus dibayarkan. Jasa pengiriman dan dan metode pembayaran dapat dipilih dengan klik *radio button*. Bagian bawah tabel ringkasan terdapat tombol “*Buat Pesanan*” yang berfungsi mengirim data pesanan ke sistem.



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://hofzheport.site>. The page title is "Checkout" and the sub-header is "Detail Tagihan". The form contains several input fields with placeholder text (e.g., "X-30-X") and labels with asterisks indicating required fields: "Nama depan", "Nama belakang", "Negara/Wilayah", "Provinsi", "Kota", "Kecamatan", "Alamat Jalan", "Kode Pos", "Telepon (opsional)", "Alamat email", and "Catatan Pesanan (opsional)". There is also a checkbox for "Kirim ke alamat yang berbeda?". On the right side, there is a "Pesanan Anda" section with a table:

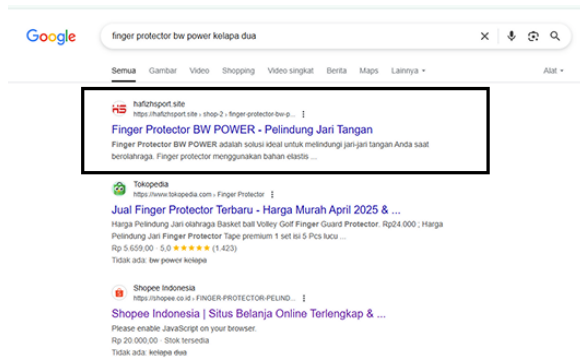
Produk	Subtotal
X-30-X	Rp. 999.999
Subtotal	Rp. 999.999
Pengiriman	<input type="radio"/> Tiki Reg Rp. 999.999 <input type="radio"/> J & T Express Rp. 999.999
Total	Rp. 999.999

Below the table, there are radio buttons for payment methods: "Mandiri Virtual Account", "BCA Virtual Account", and "QRIS". At the bottom of the "Pesanan Anda" section is a button labeled "Buat Pesanan".

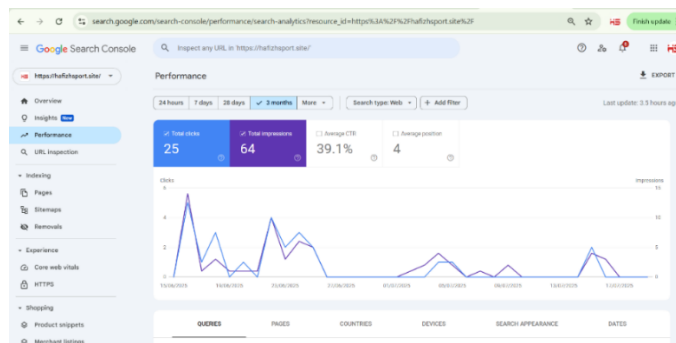
Gambar 10. Halaman *Checkout*

3.6 Implementasi Strategi *Search Engine Optimization*

Strategi *Search Engine Optimization* dilakukan pada *website* ini dengan memanfaatkan *plugin* WordPress yaitu Yoast SEO. Setelah itu, *website* diintegrasikan dengan *google search console* untuk memantau performa dari hasil optimasi yang dilakukan. Gambar 11 merupakan hasil pencarian salah satu produk menggunakan kata kunci “*Finger Protector bw power kelapa dua*” di tanggal 25 Juni 2025 pukul 20.31 WIB. Sedangkan Gambar 12, merupakan data *performance* yang ditampilkan pada *google search console* pada tanggal 21 Juli 2025 pukul 19.45 WIB.



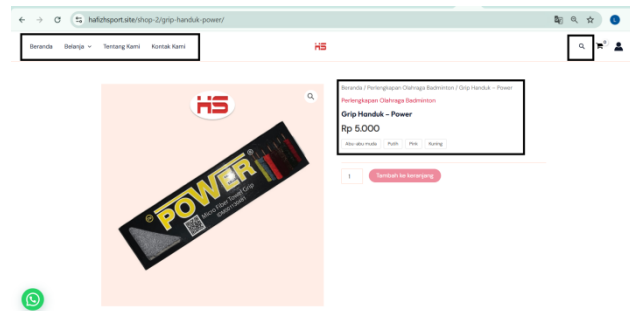
Gambar 11. *Search Engine Optimization*



Gambar 12. *Google Search Console*

3.7 Tampilan *Website E-commerce*

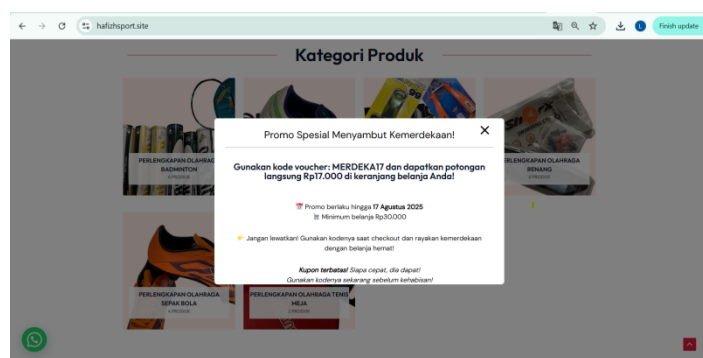
Error! Reference source not found. merupakan hasil dari implementasi *website e-commerce* pada halaman detail produk. Informasi produk tersaji lengkap meliputi gambar, nama, harga, varian dan deskripsi dari setiap produk yang dijual. Pada gambar tersebut juga dapat dilihat bahwa informasi produk dan toko terpusat dalam satu platform *website*, dimana informasi toko dapat diakses dengan jelas melalui menu “*Tentang Kami*”. Selain itu, *website* dilengkapi dengan fitur pencarian yang memudahkan pengguna untuk mencari produk dengan mengetikkan kata kunci di ikon pencarian.



Gambar 13. Informasi Produk

3.8 Implementasi Strategi Marketing

Strategi marketing yang diterapkan meliputi pemberian diskon khusus 17 agustus, diskon *bundling* dan layanan pemasangan senar secara gratis untuk raket tertentu. Seluruh strategi ini ditampilkan pada halaman beranda *website* untuk meningkatkan daya tarik pelanggan untuk melakukan transaksi. Diskon khusus 17 agustus ditampilkan melalui kode kupon yang muncul dalam bentuk pesan *pop up* seperti pada Gambar 14 dan kedua diskon lainnya ditampilkan menggunakan *banner* pada *website* seperti pada Gambar 15.



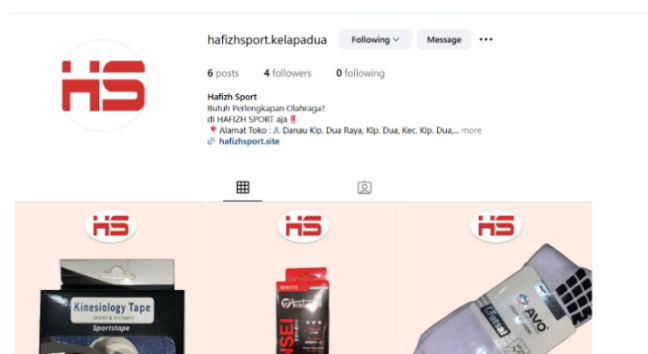
Gambar 14. Pesan *Pop Up*



Gambar 15. *Banner* Promosi

3.9 Pembuatan Akun *Instagram*

Gambar 16 merupakan akun *Instagram* yang dibuat untuk Hafizh Sport. Akun *Instagram* digunakan untuk menyebarkan informasi maupun promosi produk dengan konten visual seperti foto atau video. Selain itu, *Instagram* ini juga dimanfaatkan untuk sebagai sarana berkomunikasi melalui fitur *chat*. Desain konten di *Instagram* memiliki visual yang konsisten dengan *website* untuk membangun identitas merek di media digital.



Gambar 16. *Instagram*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi *website e-commerce* yang telah dilakukan pada Hafizh Sport, dapat disimpulkan bahwa permasalahan dapat teratasi. Transaksi yang sebelumnya hanya mengandalkan toko fisik, kini juga dapat dilakukan secara *online* dengan tahapan yang mudah dipahami. Informasi produk juga dapat dengan mudah diperoleh dengan fitur katalog dan adanya halaman detail produk. Pelanggan juga dapat mencari informasi secara efisien melalui fitur pencarian dengan mengetikkan kata kunci. Selain itu, pemanfaatan akun *Instagram* dan optimasi *Search Engine Optimization* juga menciptakan peluang untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Adanya pencatatan data transaksi di *website e-commerce* juga sangat memudahkan pemilik toko dalam mengelola laporan. Implementasi ini menunjukkan bahwa *website e-commerce* mampu memberikan efektivitas operasional bisnis sekaligus memperluas jangkauan pelanggan. Implementasi yang telah dilakukan memiliki beberapa saran untuk penelitian yang akan datang, yaitu pengembangan fitur manajemen stok yang dapat ditampilkan secara *real time* sehingga pelanggan dapat mengetahui ketersediaan produk dan memudahkan pemilik toko dalam menjaga persediaan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alwendi, “Penerapan E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 317–325, Jul. 2020, doi: <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>.
- [2] R. Subekti *et al.*, *Transformasi Digital (Teori & Implementasi Menuju Era Society 5.0)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [3] R. Pamungkas and Muh. N. L. Azis, *Implementasi Content Management System Wordpress Sebagai Sistem Informasi Publik Berbasis Web*. Jawa Timur: Unipma Press Universitas PGRI Madiun, 2022.
- [4] I. P. Widnyana, I. W. Ardiana, E. Wolok, and T. Lasalewo, “Penerapan Diagram Fishbone dan Metode Kaizen untuk Menganalisa Gangguan pada Pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Gorontalo,” *Jambura Industrial Review*, vol. 2, no. 1, pp. 11–19, May 2022, doi: 10.37905/jirev.2.1.11-19.
- [5] H. Hasugian and Firmanto, “Analisis dan Perancangan E-commerce Menggunakan Content Management System Wordpress pada Kayra Nu Hijab,” *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, vol. 5, no. 1, pp. 40–48, Jan. 2022, doi: <https://doi.org/10.36080/idealis.v5i1.2880>.
- [6] S. W. Ramdany, S. A. Kaidar, B. Aguchino, C. A. A. Putri, and R. Anggie, “Penerapan UML Class Diagram dalam Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web,” *Journal of Industrial and Engineering System (JIES)*, vol. 5, no. 1, pp. 30–41, Jun. 2024.
- [7] N. H. Masruri, “Kajian Metode SEO Berbasis On-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website di SERP,” *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 16, no. 1, pp. 39–49, Jan. 2022, doi: <https://doi.org/10.47111/JTI>.
- [8] R. B. Seran, E. Sundari, and M. Fadhila, “Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen,” *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, pp. 206–211, 2023.
- [9] C. Bernadeth, A. Pamukti, and G. Triyono, “Penerapan E-commerce Berbasis Web Menggunakan CMS untuk Meningkatkan Penjualan,” *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, vol. 19, no. 2, pp. 128–138, Oct. 2021.
- [10] A. N. Kulyubi and H. Patrie, “Implementasi Website E-commerce Berbasis Content Management System (CMS) pada Toko F2T Sport By Yovis,” *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 1, no. 1, pp. 1191–1200, Sep. 2022.
- [11] A. H.B.N.MS, S. Ahmad M, and E. Siswanto, “Sistem Penjualan E-commerce Perlengkapan Olahraga pada Toko Ahmad Sport Demak,” *Jurnal Teknik Informatika dan Multimedia*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, May 2023.
- [12] J. Jonathan, I. Rahdiana, and F. Aprilyani, “Implementasi Website e-Commerce Berbasis CMS (Content Management System) pada Toko Olahraga XYZ,” *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, vol. 12, no. 01, pp. 17–27, Jan. 2023, doi: <https://doi.org/10.51998/jsi.v12i01.512>.
- [13] I. Firdaus and H. Hasugian, “Implementasi E-commerce Menggunakan CMS WordPress pada Toko Hafizd Sport,” *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 3, no. 2, pp. 1561–1570, Sep. 2024.