



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI UNIVERSITAS BUDI LUHUR

NOMOR : K/UBL/FTI/000/002/09/25

TENTANG:

**PENUGASAN KEGIATAN TRI DHARMA & PENUNJANG BAGI DOSEN
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

DEKAN FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI UNIVERSITAS BUDI LUHUR

- Menimbang : 1) Bahwa Dosen adalah pendidik profesional dan ilmu dengan tugas utama mentrans-formasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan/pengajaran penelitian & karya ilmiah, dan Pengabdian pada masyarakat yang dikenal dengan istilah Tri Dharma Perguruan Tinggi;
- 2) Bahwa untuk meningkatkan profesionalitas dan kompetensi sebagai pendidik profesional maka dipandang perlu untuk memberikan tugas-tugas tambahan/penunjang dalam lingkup kegiatan penunjang Tri Dharma;
- Mengingat : 1) Undang – undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
- 2) Undang – undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
- 3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
- 4) Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi;
- 5) Keputusan Ketua Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti Nomor: K/YBLC/KEP/000/216/06/2023 tentang Statuta Universitas Budi Luhur;
- 6) SK YPBLC No: K/YBLC/KEP/000/020/01/24 tanggal 05 Januari 2024 tentang Pengangkatan Para Pejabat Struktural Universitas Budi Luhur Periode 2024-2028

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
PERTAMA : Menugaskan dosen-dosen Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur untuk melaksanakan kegiatan **Tri Dharma Perguruan Tinggi dan penunjangnya** pada Semester Gasal Tahun Akademik 2025/2026 yang meliputi:
- a. **Kegiatan partisipasi aktif** dalam Pertemuan Ilmiah sebagai Ketua/Anggota/Peserta/Pembicara/Penulis/Narasumber pada kegiatan Seminar, Workshop, Konferensi, Pelatihan, Simposium, Lokakarya, Forum Diskusi, Sarasehan dan sejenisnya;
- b. **Publikasi Ilmiah** pada Prosiding, Jurnal/majalah/surat kabar dan sejenisnya;
- c. **Partisipasi dalam organisasi** profesi, organisasi keilmuan dan/atau organisasi lain yang menunjang kegiatan Tri Dharma Pendidikan Tinggi;
- d. **Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM)**, dalam kegiatan terprogram, terjadwal atau insidental;
- KEDUA : Dosen-dosen yang melaksanakan penugasan wajib membuat Laporan Kegiatan, dengan mengikuti pedoman dari Fakultas/Program Studi, sebagai pertanggungjawaban atas kegiatan yang diikuti;
- KETIGA : Kegiatan Tri Dharma yang tidak termasuk dalam surat keputusan ini akan memiliki penugasan tersendiri;
- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 02 September 2025

Dekan Fakultas Teknologi Informasi



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



**LAMPIRAN KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

NOMOR : K/UBL/FTI/000/002/09/25

**TENTANG:
PENUGASAN KEGIATAN TRI DHARMA & PENUNJANG BAGI DOSEN
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

No	NUPTK	Nama	Program Studi
1	6356750651130093	ABDUL MUIS SOBRI	Teknik Informatika (S1)
2	5934758659137112	ACHMAD ADITYA ASHADUL USHUD	Teknik Informatika (S1)
3	4437767668130323	ACHMAD ARDIANSYAH	Teknik Informatika (S1)
4	7937760661130282	ACHMAD SOLICHIN	Ilmu Komputer (S3)
5	5454763664230162	AGNES ARYASANTI	Sistem Informasi (S1)
6	1947743644130112	AGUNG PRIHARTONO	Sistem Informasi (S1)
7	4652761662130272	AGUNG SAPUTRA	Teknik Informatika (S1)
8	8141761662130183	AGUS UMAR HAMDANI	Sistem Informasi (S1)
9	2636769670130302	AHMAD PUDOLI	Teknik Informatika (S1)
10	3955753654130082	AKHMAD UNGGUL PRIANTORO	Ilmu Komputer (S2)
11	1653757658130122	ANDY RIO HANDOKO	Teknik Informatika (S1)
12	1646766667130292	ANGGA KUSUMA NUGRAHA	Teknik Informatika (S1)
13	8947761662230262	ANITA DIANA	Sistem Informasi (S1)
14	0544751652130173	ANTON SATRIA PRABUWONO	Ilmu Komputer (S2)
15	4535772673130233	ANWAR RIFA'I	Teknik Informatika (S1)
16	5060770671130293	AQMAL MAULANA	Teknik Informatika (S1)
17	6647764665131142	ARI SAPUTRO	Manajemen Informatika (D3)
18	5239757658130173	ARIEF WIBOWO	Ilmu Komputer (S3)
19	0543756657130133	ARIF BRAMANTORO	Ilmu Komputer (S2)
20	4162753654131073	ARMAN YUSUF	Teknik Informatika (S1)
21	2533753654130132	ARSANTO NARENDRO	Teknik Informatika (S1)
22	5251757658130183	ASEP ABDUL ROHMAN	Sistem Informasi (S1)
23	7752762663237012	ATIK ARIESTA	Manajemen Informatika (D3)
24	3733759660130242	BASUKI HARI PRASETYO	Teknik Informatika (S1)
25	9846770671130352	BAYU SATRIA PRATAMA	Sistem Informasi (S1)
26	9551750651130082	BRURI TRYA SARTANA	Sistem Informasi (S1)
27	2555742643130063	BULLION DRAGON ANDAH	Sistem Informasi (S1)
28	3251756657130123	DARMAWAN BAGINDA NAPITUPULU	Ilmu Komputer (S2)
29	5560751652130083	DENI MAHDIANA	Sistem Informasi (S1)



No	NUPTK	Nama	Program Studi
30	8556757658137103	DENNI KURNIAWAN	Ilmu Komputer (S2)
31	3535770671130233	DEVIT SETIONO	Sistem Informasi (S1)
32	1542762663230293	DEWI KUSUMANINGSIH	Sistem Informasi (S1)
33	4454761662130162	DIAN ANUBHAKTI	Sistem Informasi (S1)
34	7637741642130122	DJATI KUSDIARTO	Sistem Informasi (S1)
35	2243767668130313	DOLLY VIRGIAN SHAKA YUDHA SAKTI	Teknik Informatika (S1)
36	4556758659231082	DWI PEBRIANTI	Ilmu Komputer (S2)
37	9560763664230232	DWI PUSPITA ANGGRAENI	Teknik Informatika (S1)
38	2155762663131103	FERDIANSYAH	Komputerisasi Akuntansi (D3)
39	3453751652130073	FX BIMA CAHYA PUTRA	Sistem Informasi (S1)
40	2538753654130102	GANDUNG TRIYONO	Sistem Informasi (S1)
41	9043744645130083	GATOT PURWANTO	Sistem Komputer (S1)
42	4751753654230082	GRACE GATA	Komputerisasi Akuntansi (D3)
43	0537746647130122	GUNAWAN PRIA UTAMA	Teknik Informatika (S1)
44	0740763664130282	HADIDTYO WISNU WARDANI	Teknik Informatika (S1)
45	5846747648130102	HARI SOETANTO	Ilmu Komputer (S3)
46	9838763664130292	HARIS MUNANDAR	Teknik Informatika (S1)
47	8857759660131082	HENDRI IRAWAN	Sistem Informasi (S1)
48	0652765666130282	HILLMAN AKHYAR DAMANIK	Teknik Informatika (S1)
49	4735758659130162	HUMISAR HASUGIAN	Sistem Informasi (S1)
50	0434764665230262	IKA SUSANTI	Teknik Informatika (S1)
51	8949771672130282	IKHSAN RAHDIANA	Teknik Informatika (S1)
52	3941771672130302	IMAN PERMANA	Sistem Komputer (S1)
53	7437754655230112	IMELDA	Teknik Informatika (S1)
54	7746771672230342	INDAH PUSPASARI HANDAYANI	Sistem Informasi (S1)
55	2654764665130222	INDRA	Teknik Informatika (S1)
56	7454765666130203	INDRA HERTANTO	Teknik Informatika (S1)
57	9950765666130302	INDRA NUGRAHA ABDULLAH	Ilmu Komputer (S2)
58	0537752653130122	IRAWAN	Sistem Komputer (S1)
59	6435760661230183	ITA NOVITA	Sistem Informasi (S1)
60	7734743644130092	JAN EVERHARD RIWUROHI	Ilmu Komputer (S3)
61	1944770671130422	JEREMY JONATHAN	Sistem Informasi (S1)
62	9456761662130143	JOKO CHRISTIAN	Manajemen Informatika (D3)
63	2935754655130132	JOKO SUTRISNO	Sistem Informasi (S1)
64	2851769670130282	KUKUH HARSANTO	Sistem Informasi (S1)
65	9849754655130112	LAUW LI HIN	Sistem Informasi (S1)



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7471164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

No	NUPTK	Nama	Program Studi
66	5460755656230082	LESTARI MARGATAMA	Teknik Informatika (S1)
67	6849759660131132	LIS SURYADI	Komputerisasi Akuntansi (D3)
68	3457756657130123	LUHUR BAYUAJI	Ilmu Komputer (S2)
69	1654747648130072	MARDI HARDJIANTO	Ilmu Komputer (S2)
70	8639765666237002	MARINI	Sistem Informasi (S1)
71	5540767668230303	MEPA KURNIASIH	Teknik Informatika (S1)
72	4562753654230103	MERRY ANGGRAENI	Teknik Informatika (S1)
73	2453748649130073	MOHAMMAD ANIF	Teknik Informatika (S1)
74	9248752653130093	MOHAMMAD SYAFRULLAH	Ilmu Komputer (S2)
75	0643760661230242	MOTIKA DIAN ANGGRAENI	Sistem Informasi (S1)
76	2961757659200032	MUFTI	Teknik Informatika (S1)
77	0333764665130313	MUHAMAD SALMAN ALFARISI	Manajemen Informatika (D3)
78	1961760661130172	MUHAMMAD AINUR RONY	Teknik Informatika (S1)
79	7050757658237093	NAWINDAH	Sistem Informasi (S1)
80	6050754655230123	NIDYA KUSUMAWARDHANY	Sistem Informasi (S1)
81	3547763664230252	NOFIYANI	Sistem Informasi (S1)
82	5037758659230233	NONI JULIASARI	Sistem Informasi (S1)
83	4847756657231432	NURWATI	Sistem Informasi (S1)
84	1834757658230202	PAINEM	Sistem Informasi (S1)
85	2543764665230232	PEPI PERMATASARI	Sistem Informasi (S1)
86	4554760661230252	PIPIN FARIDA ARIYANI	Teknik Informatika (S1)
87	4151756657130113	PURWANTO	Teknik Informatika (S1)
88	8540769670230272	PUTRI HAYATI	Teknik Informatika (S1)
89	2362766667131233	RAHMAT OKTAVIAN	Teknik Informatika (S1)
90	5947771672230352	RATNA KUSUMAWARDANI	Sistem Informasi (S1)
91	3537759660230223	RATNA UJIAN DARI	Sistem Informasi (S1)
92	4656758659230152	RETNO WULANDARI	Sistem Informasi (S1)
93	0949761662230182	REVA RAGAM SANTIKA	Teknik Informatika (S1)
94	0443759660230253	RIRI IRAWATI	Sistem Komputer (S1)
95	1660744645230082	RIRIT ROESWIDIAH	Teknik Informatika (S1)
96	1745767668230302	RISKIANA WULAN	Teknik Informatika (S1)
97	2959764665237002	RIZKA TIAHARYADINI	Teknik Informatika (S1)
98	4456766667130233	RIZKY PRADANA	Sistem Informasi (S1)
99	4943758659130162	RIZKY TAHARA SHITA	Teknik Informatika (S1)
100	6235757658230143	RUSDAH	Ilmu Komputer (S2)
101	6249760661230213	SAFITRI JUANITA	Sistem Informasi (S1)

KAMPUS ROXY MAS : Pusat Niaga Roxy Mas Blok E.2 N0. 38-39 Telp : (021) 6328709, 6328710, Fax : (021) 6322872

KAMPUS SALEMBA MAS : Sentra Salemba Mas Blok S-T, Telp : (021) 3928688, 3928689, Fax : (021) 3161636



No	NUPTK	Nama	Program Studi
102	4554753654230092	SAFRINA AMINI	Teknik Informatika (S1)
103	3444749650130102	SAMIDI	Ilmu Komputer (S2)
104	4261760661230183	SAMSINAR	Sistem Informasi (S1)
105	9937760661130262	SEJATI WALUYO	Teknik Informatika (S1)
106	0157741642130083	SETYAWAN WIDYARTO	Ilmu Komputer (S2)
107	0241752653237043	SRI MULYATI	Sistem Informasi (S1)
108	3542749650230153	SRI WAHYUNINGSIH	Sistem Informasi (S1)
109	0246748649131143	SUBANDI	Teknik Informatika (S1)
110	7944752653130152	SUBANDI	Teknik Informatika (S1)
111	5937767668130372	SYAMSUDIN ZUBAIR	Teknik Informatika (S1)
112	4549736637130032	TATANG WIRAWAN WISNUADJI	Sistem Komputer (S1)
113	5539750651131093	TEJA ENDRA ENG TJU	Sistem Informasi (S1)
114	7552757658230133	TITIN FATIMAH	Sistem Informasi (S1)
115	7449765666230222	TRI IKA JAYA KUSUMAWATI	Sistem Informasi (S1)
116	6447751652130113	UTOMO BUDIYANTO	Teknik Informatika (S1)
117	4639763664130282	WAHYU PRAMUSINTO	Manajemen Informatika (D3)
118	9252739640130053	WENDI USINO	Ilmu Komputer (S3)
119	4749764665137022	WINDARTO	Teknik Informatika (S1)
120	7854758659230162	WINDHY WIDHYANTY	Teknik Informatika (S1)
121	9758748649230072	WIWIN WINDIHASTUTY	Sistem Informasi (S1)
122	2257766667230243	WULANDARI	Sistem Informasi (S1)
123	7863755656130092	YANI PRABOWO	Sistem Komputer (S1)
124	3948765666230332	YESI PUSPITA DEWI	Sistem Informasi (S1)
125	0448750651130092	YUDI SANTOSO	Sistem Informasi (S1)
126	6945763664130252	YUDI WIHARTO	Teknik Informatika (S1)
127	4057766667230303	YULIANAWATI	Sistem Informasi (S1)
128	7061753654230083	YULIAZMI	Sistem Informasi (S1)
129	6952768669130332	ZAQI KURNIAWAN	Teknik Informatika (S1)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 02 September 2025

=====

Dekan Fakultas Teknologi Informasi



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

Vol. 4 No. 2 September 2025

E-ISSN : 2962-8628

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL MAHASISWA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI (SENAFTI)

"Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin"

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

Diterbitkan Oleh
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

STEERING COMMITTEE

Pelindung

Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

Penanggung Jawab

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

Ketua Pelaksana

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

Wakil Ketua Pelaksana

Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

Sekretaris

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

Bendahara

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

Humas, Publikasi, Dokumentasi dan Desain

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

Acara

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

Pengelola Makalah dan Mitra Bestari

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

Pengelola Editor dan Jurnal

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

Pengelola Teknologi Informasi

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

REDAKSI

Pelindung : Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

Penanggung Jawab : Dr. Ir. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I

Ketua Pelaksana : Dr. Moh. Syafrullah, M.Kom., M.Sc

Wakil Ketua Pelaksana : Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

Wakil Ketua Redaksi :

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

Redaksi Pelaksana :

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

MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. (Universitas Muhammadiyah Semarang)
2. Dr. Suwanto raharjo, S.Si., M.Kom (IST AKPRIND Yogyakarta)
3. Dr. EH. Riyadi, MTI. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
4. Dr. Budi Rahmani, S.Pd., M.Kom. (STMIK Banjarbaru)
5. Dr. Hamdani (Universitas Mulawarman)
6. Dr. Ir. Didit Suprihanto, S.T., M.Kom., IPM (Univ. Mulawarman)
7. Dr. Nanang Triagung Edi Hermawan, M.T. (BAPETEN)
8. Dr. Khoerul Anwar, ST, MT (STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA)
9. Dr. Ir. Ridowati Gunawan, S.Kom., M.T. (Universitas Sanata Dharma)
10. Dr. Ir. Mardi Hardjianto, M.Kom. (Universitas Budi Luhur)
11. Dr. Ir. Goenawan Brotosaputro, S.Kom., M.Sc. (Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur)
12. Dr. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I (Universitas Budi Luhur)
13. Dr. Ir. Deni Mahdiana, S.Kom, M.M, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
14. Dr. Darwan, M.Kom. (IAIN Syekh Nurjati Cirebon)
15. Dr. Ir. Gandung Triyono, S.Kom., M.Kom (Universitas Budi Luhur)
16. Dr. Aji Supriyanto, S.T., M.Kom (Universitas Stikubank)
17. Dr. Jumi, S.Kom, M.Kom. (Politeknik Negeri Semarang)
18. Dr. Aris Sugiharto, S.Si, M.Kom (Universitas Diponegoro)
19. Dr. Anindita Septiarini, S.T., M.Cs. (Universitas Mulawarman)
20. Dr. Imelda, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
21. Dr. Ir. Utomo Budiyanto, M.Kom., M.Sc (Universitas Budi Luhur)
22. Dr. Ir. Jan Everhard R MT (Universitas Budi Luhur)
23. Dr. Ir. Hari Soetanto, S.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
24. Dr. Abdiansah, S.Kom., M.CS. (Universitas Sriwijaya)
25. Dr. Indra, M.T.I (Universitas Budi Luhur)
26. Dr. Heriyanto, A.Md, S.Kom, M.Cs (UPN Veteran Yogyakarta)
27. Dr. Lilis Susanti Setianingsih, S.T., M.S. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
28. Dr. Linda Nur Afifa, S.T., M.T (Universitas Darma Persada)
29. Dr. Helna Wardhana, M.Kom. (Universitas Bumigora)
30. Dr. Khasnur Hidjah, S.Kom., M.Cs. (Universitas Bumigora Mataram)
31. Dr. Hendra Cipta, M.Si (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)
32. Dr. Yulianto Triwahyuadi Polly, S.Kom., M.Cs (Universitas Nusa Cendana)
33. Dr. Mohammad Syafrullah, M.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
34. Dr. Ir. Aslan Alwi, S.Si., M.Cs (Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
35. Dr. Gamma Kosala, S.Si (Telkom University)
36. Dr. Ir. Lasmedi Afuan, ST.,M.Cs (Universits Jenderal Soedirman)
37. Dr. Rahmad Hidayat S.Kom., M.Cs (Politeknik Negeri Lhokseumawe)
38. Dr. Indra Riyanto, S.T., M.T (Universitas Budi Luhur)
39. Dr. Ir. Nurul Hidayat, SPT., M.Kom (Universitas Jenderal Soedirman)
40. Dr. Muhammad 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 kehadiran Allah SWT dan hanya karena rahmat dan karunia-Nya, Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI) Ke-6 pada Tahun 2025 dapat terlaksana dengan baik. Prosiding seminar ini merupakan kumpulan makalah hasil penelitian para akademisi dan peneliti yang sebelumnya telah dipresentasikan pada SENAFIT ke-4 secara daring (*online*) pada tanggal 20 September 2025 dengan tema “Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin”. SENAFIT ke-6 telah menerima dan menerbitkan artikel ilmiah dari beberapa perguruan tinggi yang berasal dari 3 provinsi di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, UPN Veteran Yogyakarta (Yogyakarta), Universitas Stikubank (Jawa Tengah) dan Univ. Muhammadiyah Metro (Lampung).

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

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

Jakarta, September 2025

Tim Penyusun

STEERING COMMITTEE

Pelindung

Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

Penanggung Jawab

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

Ketua Pelaksana

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

Wakil Ketua Pelaksana

Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

Sekretaris

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

Bendahara

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

Humas, Publikasi, Dokumentasi dan Desain

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

Acara

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

Pengelola Makalah dan Mitra Bestari

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

Pengelola Editor dan Jurnal

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

Pengelola Teknologi Informasi

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

REDAKSI

Pelindung : Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc

Penanggung Jawab : Dr. Ir. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I

Ketua Pelaksana : Dr. Moh. Syafrullah, M.Kom., M.Sc

Wakil Ketua Pelaksana : Bima Cahya Putra, S.Kom, M.Kom

Wakil Ketua Redaksi :

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

Redaksi Pelaksana :

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

MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. (Universitas Muhammadiyah Semarang)
2. Dr. Suwanto raharjo, S.Si., M.Kom (IST AKPRIND Yogyakarta)
3. Dr. EH. Riyadi, MTI. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
4. Dr. Budi Rahmani, S.Pd., M.Kom. (STMIK Banjarbaru)
5. Dr. Hamdani (Universitas Mulawarman)
6. Dr. Ir. Didit Suprihanto, S.T., M.Kom., IPM (Univ. Mulawarman)
7. Dr. Nanang Triagung Edi Hermawan, M.T. (BAPETEN)
8. Dr. Khoerul Anwar, ST, MT (STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA)
9. Dr. Ir. Ridowati Gunawan, S.Kom., M.T. (Universitas Sanata Dharma)
10. Dr. Ir. Mardi Hardjianto, M.Kom. (Universitas Budi Luhur)
11. Dr. Ir. Goenawan Brotosaputro, S.Kom., M.Sc. (Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur)
12. Dr. Achmad Solichin, S.Kom., M.T.I (Universitas Budi Luhur)
13. Dr. Ir. Deni Mahdiana, S.Kom, M.M, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
14. Dr. Darwan, M.Kom. (IAIN Syekh Nurjati Cirebon)
15. Dr. Ir. Gandung Triyono, S.Kom., M.Kom (Universitas Budi Luhur)
16. Dr. Aji Supriyanto, S.T., M.Kom (Universitas Stikubank)
17. Dr. Jumi, S.Kom, M.Kom. (Politeknik Negeri Semarang)
18. Dr. Aris Sugiharto, S.Si, M.Kom (Universitas Diponegoro)
19. Dr. Anindita Septiarini, S.T., M.Cs. (Universitas Mulawarman)
20. Dr. Imelda, M.Kom (Universitas Budi Luhur)
21. Dr. Ir. Utomo Budiyanto, M.Kom., M.Sc (Universitas Budi Luhur)
22. Dr. Ir. Jan Everhard R MT (Universitas Budi Luhur)
23. Dr. Ir. Hari Soetanto, S.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
24. Dr. Abdiansah, S.Kom., M.CS. (Universitas Sriwijaya)
25. Dr. Indra, M.T.I (Universitas Budi Luhur)
26. Dr. Heriyanto, A.Md, S.Kom, M.Cs (UPN Veteran Yogyakarta)
27. Dr. Lilis Susanti Setianingsih, S.T., M.S. (Badan Pengawas Tenaga Nuklir)
28. Dr. Linda Nur Afifa, S.T., M.T (Universitas Darma Persada)
29. Dr. Helna Wardhana, M.Kom. (Universitas Bumigora)
30. Dr. Khasnur Hidjah, S.Kom., M.Cs. (Universitas Bumigora Mataram)
31. Dr. Hendra Cipta, M.Si (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)
32. Dr. Yulianto Triwahyuadi Polly, S.Kom., M.Cs (Universitas Nusa Cendana)
33. Dr. Mohammad Syafrullah, M.Kom, M.Sc (Universitas Budi Luhur)
34. Dr. Ir. Aslan Alwi, S.Si., M.Cs (Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
35. Dr. Gamma Kosala, S.Si (Telkom University)
36. Dr. Ir. Lasmedi Afuan, ST.,M.Cs (Universits Jenderal Soedirman)
37. Dr. Rahmad Hidayat S.Kom., M.Cs (Politeknik Negeri Lhokseumawe)
38. Dr. Indra Riyanto, S.T., M.T (Universitas Budi Luhur)
39. Dr. Ir. Nurul Hidayat, SPT., M.Kom (Universitas Jenderal Soedirman)
40. Dr. Muhammad 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 SENAFIT ke-4 secara daring (*online*) pada tanggal 20 September 2025 dengan tema “Agentic AI: Dampak Pada Interaksi Manusia dan Mesin”. SENAFIT ke-6 telah menerima dan menerbitkan artikel ilmiah dari beberapa perguruan tinggi yang berasal dari 3 provinsi di Indonesia, yaitu DKI Jakarta, UPN Veteran Yogyakarta (Yogyakarta), Universitas Stikubank (Jawa Tengah) dan Univ. Muhammadiyah Metro (Lampung).

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

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

Jakarta, September 2025

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

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

CYBER SECURITY

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

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

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

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

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

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

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

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

ANALISIS SENTIMEN 100 HARI KERJA PRESIDEN PRABOWO SUBIANTO
MENGGUNAKAN NAIVE BAYES DAN LOGISTIC REGRESSION
Aziz Mujahiddin Nugraha, Hari Soetanto221-230

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

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

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

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

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

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

IMPLEMENTASI DATA MINING UNTUK ANALISIS POLA PENJUALAN OBAT MENGUNAKAN ALGORITMA APRIORI	Deny Riyanto, Pipin Farida Ariyani.....468-477
PENERAPAN ALGORITMA NAIVE BAYES UNTUK ANALISIS SENTIMEN OPINI MASYARAKAT PADA DATA TWITTER	Al Hajju Arafah, Rizky Pradana478-485
IMPLEMENTASI DATA MINING BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH TERHADAP MARKET BASKET ANALYSIS PENJUALAN FASHION	Ghina Nabila Febrianti, Mardi Hardjianto486-494
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 KLUVERT 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 Prabowo	623-631
PERBANDINGAN NAIVE BAYES DAN KNN UNTUK SENTIMEN KESADARAN LINGKUNGAN DI KONTEN PANDAWARA GROUP. Gina Putri Rezi, imelda imelda.....	632-640
IMPLEMENTASI METODE FINITE STATE MACHINE PADA GAME CINDUA MATO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BUDAYA MINANGKABAU Auliatul Wahyudi, Safrina Amini.....	641-650
IMPLEMENTASI ALGORITMA A-STAR PADA PERMAINAN TIMUN MAS DAN RAKSASA Muhammad Rendy, Windarto	651-660

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

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

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

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

INFORMATION SYSTEM

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IMPLEMENTASI SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS CMS PADA TOKO BUTIK NAOMI

Salsabila Vasya, Bima Cahya Putra, Novita Mariana 1396-1405

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KARYAWAN TERBAIK PADA PT. DIGIVO KREATIF INDONESIA MENGGUNAKAN PROFILE MATCHING
Afnan Firdaus Febriansyah, Atik Ariesta..... 1406-1415

IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN PLATFORM CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT OLAIF

Histori Buulolo, Agus Umar Hamdani..... 1416-1425

SISTEM PENENTUAN SKEMA PENAWARAN PROYEK IT YANG OPTIMAL BERBASIS AHP DAN WP
Marsha Nurtya Rachma, Bima Cahya Putra, Mujito 1426-1435

SISTEM PENUNJANG KEPUTUSAN PEMILIHAN SUPPLIER DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS DAN SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING
Andry, samsinar 1436-1445

MEMBANGUN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS PADA TOKO KARYA DARA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR

Lilis Sri Lestari, Bima Cahya Putra 1446-1455

STRATEGI PENERAPAN CRM BERBASIS WEB PADA SISTEM RESERVASI SERVICE KENDARAAN DIBENGKEL MOTOR GONGGO
Muhamad Alfian Sandhikara, Lestari Margatama 1456-1465

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM E-COMMERCE PADA TOKO SAKINAH UNTUK PENJUALAN PRODUK FASHION BERBASIS WEB
Meriani Wulandari, Lis Suryadi..... 1466-1474

PERANCANGAN, IMPELEMANASI WEBSITE E-COMMERCE PT MAP DENGAN ANALISIS BMC DAN FISHBONE DIAGRAM BERBASIS WORDPRESS
Muhammad Farhan Akbar, Lis Suryadi 1475-1483

PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO SRC DIDI
Ghafira Ramdhanita Putri Hami, Muhammad Ainur Rony 1484-1493

IMPLEMENTASI CRM SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN LOYALITAS DAN PELAYANAN KONSUMEN PADA KINCLONG LAGI DENGAN WATERFALL

Muhammad Syachru Rizky¹, Hendri Irawan^{2*}

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

Email: ^{1*}muhammad.kiki08@gmail.com, ^{2*}hendri.irawan@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak–Meningkatnya produksi alas kaki di Indonesia turut mendorong pertumbuhan usaha jasa pencucian sepatu. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian (2024), industri alas kaki tumbuh sebesar 3,92% pada triwulan II, dan Indonesia tercatat sebagai salah satu dari lima besar negara produsen alas kaki di dunia menurut *World Footwear* 2023. Fakta ini mencerminkan peluang besar bagi sektor penunjang seperti jasa *laundry* sepatu, sekaligus menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. CV. Bersih Maju Barokah (Kinclong Lagi) merupakan usaha *laundry* sepatu yang masih menjalankan promosi secara konvensional, belum memiliki sistem loyalitas pelanggan, serta belum memiliki pencatatan komplain yang terdokumentasi. Permasalahan tersebut dianalisis menggunakan pendekatan *Fishbone Diagram*, yang menunjukkan akar masalah pada strategi *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain* dikembangkan menggunakan metode *Waterfall*. Penelitian ini bertujuan membangun sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) berbasis web untuk mendukung strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan. Sistem dibangun dengan framework *Laravel* dan database *MySQL*, serta dirancang menggunakan pendekatan UML meliputi *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, dan *Class Diagram*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem mampu menyediakan fitur promosi digital, *reward poin*, penukaran *voucher*, manajemen komplain, dan pelaporan transaksi otomatis, yang secara langsung menyelesaikan permasalahan pada tahap *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain*. Dengan demikian, sistem E-CRM ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teknologi informasi di bidang CRM serta mendukung UMKM *laundry* sepatu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: CRM, Sistem Informasi, E-CRM, *Laundry* Sepatu, *Laravel*

IMPLEMENTING CRM STRATEGY FOR CUSTOMER LOYALTY AND SERVICE IMPROVEMENT AT KINCLONG LAGI WITH WATERFALL

Abstract–The increasing production of footwear in Indonesia has stimulated the growth of shoe cleaning service businesses. According to the Ministry of Industry (2024), the national footwear industry grew by 3.92% in the second quarter, and Indonesia was ranked among the world's top five footwear producers according to the *World Footwear* 2023 report. This indicates significant opportunities for supporting sectors such as shoe laundry services, while also requiring business owners to enhance service quality in order to maintain customer satisfaction and loyalty. CV. Bersih Maju Barokah (Kinclong Lagi) is a shoe laundry business that still relies on conventional promotion methods, lacks a customer loyalty system, and does not have structured complaint documentation. These problems were analyzed using the *Fishbone Diagram*, which identified root causes within the *Acquire*, *Enhance*, and *Retain* strategies, and were further addressed through the *Waterfall* development method. This study aims to develop a web-based *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) system to support marketing strategies and customer service. The system was developed using the *Laravel* framework and *MySQL* database, and designed with the UML approach including *Use Case*, *Activity*, and *Class Diagrams*. The results show that the system provides features such as digital promotion, reward points, voucher redemption, complaint management, and automated transaction reporting, directly resolving issues in the *Acquire*, *Enhance*, and *Retain* stages. Therefore, this E-CRM system contributes to the advancement of information technology in the field of CRM and supports small and medium enterprises (SMEs), particularly shoe laundry businesses, in enhancing customer loyalty.

Keywords: CRM, Information System, E-CRM, Shoes Laundry, *Laravel*

1. PENDAHULUAN

Pengguna sepatu di Indonesia mempunyai tren yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data dari [1] pada triwulan II-2024 kinerja industri alas kaki nasional mampu tumbuh sebesar 3,92 persen dibanding tahun yang lalu pada periode yang sama. Hal ini sejalan dengan data dari [2] mencatatkan Indonesia sebagai lima besar negara produsen alas kaki, yakni memproduksi 807 juta pasang alas kaki secara global pada tahun lalu. Tingginya angka produksi ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pencucian sepatu, sekaligus menunjukkan potensi besar serta kemudahan dalam memulai usaha di bidang tersebut. Di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat, keberhasilan bisnis *laundry* tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi

juga oleh kemampuan dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan.

Salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM). Menurut [3] CRM adalah strategi bisnis yang berfokus pada membangun, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kombinasi teknologi, data, dan strategi pemasaran. Strategi ini memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam serta memberikan respon yang tepat dan efisien dengan menggunakan teknologi.

CV. Bersih Maju Barokah (Kinclong Lagi) merupakan usaha jasa *laundry* sepatu yang didirikan oleh Fauzi Setiawan pada tahun 2019 dan berlokasi di Jl. Cipto Mangunkusumo, Paninggilan Utara, Ciledug, Kota Tangerang. Layanan yang disediakan meliputi perawatan berbagai jenis alas kaki seperti sneakers, sepatu kulit, dan sepatu formal, serta layanan tambahan berupa repaint (pengecatan ulang) dan repair (perbaikan) untuk tas, dompet, maupun topi. Saat ini, Kinclong Lagi memiliki 5 orang karyawan dan jumlah pelanggan aktif mencapai sekitar 250 orang, dengan volume transaksi harian rata-rata 15 hingga 30 pesanan. Berdasarkan catatan internal, estimasi rata-rata pendapatan harian mencapai Rp1.000.000. Meskipun cukup berkembang, hasil analisis menggunakan Fishbone Diagram menunjukkan adanya tiga permasalahan utama. Pertama, pada aspek *Acquire*, promosi masih dilakukan secara konvensional menggunakan banner dan neon box sehingga tidak efektif menjangkau calon pelanggan baru. Kedua, pada aspek *Enhance*, perusahaan belum memiliki program loyalitas seperti sistem poin atau *voucher*, sehingga pelanggan tidak terdorong untuk melakukan transaksi berulang. Ketiga, pada aspek *Retain*, pengelolaan keluhan pelanggan belum terdokumentasi secara sistematis karena masih dilakukan secara manual melalui percakapan langsung atau WhatsApp. Hal ini berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

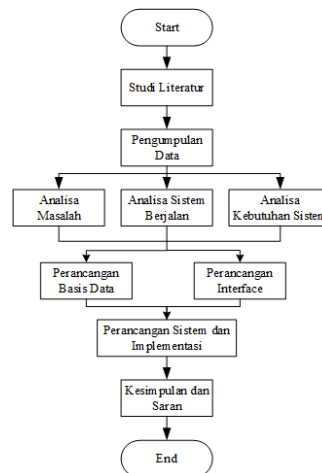
Untuk menjawab kebutuhan tersebut, maka dibutuhkan sebuah sistem berbasis Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) yang tidak hanya mendukung proses promosi, tetapi juga mampu meningkatkan pengalaman pelanggan melalui fitur loyalitas dan penanganan keluhan yang terdokumentasi dengan baik. Sistem ini diharapkan dapat menjadi solusi strategis bagi Kinclong Lagi dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan di tengah kompetisi industri yang semakin berkembang. Dalam penelitian ini digunakan beberapa kajian literatur yang relevan untuk memperkuat dasar teori sekaligus memperlihatkan perbedaan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian oleh [4] berjudul “Sistem Informasi Layanan Laundry Dengan Pendekatan Operasional *Customer Relationship Management* Berbasis Web (Studi Kasus: Sinta Clean Laundry)” bertujuan meningkatkan kualitas dan loyalitas pelanggan melalui sistem berbasis web dengan pendekatan CRM operasional, yang mencakup pemesanan layanan, poin loyalitas, dan penanganan keluhan secara daring. Berbeda dengan penelitian tersebut, studi ini berfokus pada penerapan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) khusus untuk layanan *laundry* sepatu, dengan menekankan strategi *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain* melalui digitalisasi promosi, pendaftaran online, insentif pasca pembelian, serta pengelolaan keluhan yang terdokumentasi.

Penelitian berikutnya oleh [5] berjudul “Perancangan E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Intan Laundry” dilakukan pada bisnis *laundry* pakaian dan tidak menjelaskan secara detail tahapan CRM yang digunakan. Sementara itu, penelitian ini secara eksplisit mengadopsi tiga tahapan CRM *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain* serta menambahkan fitur reward point yang dapat ditukar menjadi *voucher*, yang sebelumnya belum diimplementasikan pada penelitian terdahulu. Selanjutnya, penelitian [6] berjudul “Pembangunan Sistem Informasi Strategi CRM dengan *Framework CodeIgniter* pada Laundry Bang Tris” juga dilakukan pada bisnis *laundry* pakaian, dengan fitur unggulan berupa live chat. Penelitian ini berbeda karena menggunakan *framework Laravel* dan menambahkan fitur program loyalitas berbasis poin dan *voucher* yang lebih menekankan pada strategi retensi pelanggan.

Studi lain oleh [7] berjudul “Penerapan E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Orang Tua Siswa Pada SMA Islamic Centre Kota Tangerang” berfokus pada promosi penerimaan siswa baru, evaluasi pembelajaran, dan penanganan keluhan orang tua. Perbedaan yang mencolok dengan penelitian ini terletak pada objek dan tujuan, karena studi yang dilakukan pada Kinclong Lagi diarahkan untuk digitalisasi promosi, pendaftaran online, serta implementasi insentif loyalitas pelanggan dalam layanan *laundry* sepatu. Sementara itu, penelitian [8] berjudul “Implementasi Enhancing *Electronic Customer Relationship Management* dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan di Feby Laundry” dilakukan pada bisnis *laundry* pakaian dengan penekanan pada fitur kritik, saran, komplain, dan testimoni, tanpa menyebutkan tahapan CRM secara eksplisit. Penelitian ini berbeda karena secara spesifik menggunakan kerangka *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain*, dengan pengembangan fitur yang lebih luas, termasuk integrasi sistem poin dan *voucher*, serta pelaporan transaksi otomatis.

2. METODE PENELITIAN

Menurut [9] tahapan penelitian merupakan langkah-langkah dalam penelitian yang dilaksanakan secara terorganisir, berurutan, standar, logis, dan sistematis. Tahapan Berikut merupakan tahapan penelitian yang dilakukan pada studi kasus di Kinclong Lagi, yang dapat dilihat pada Gambar 1 :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

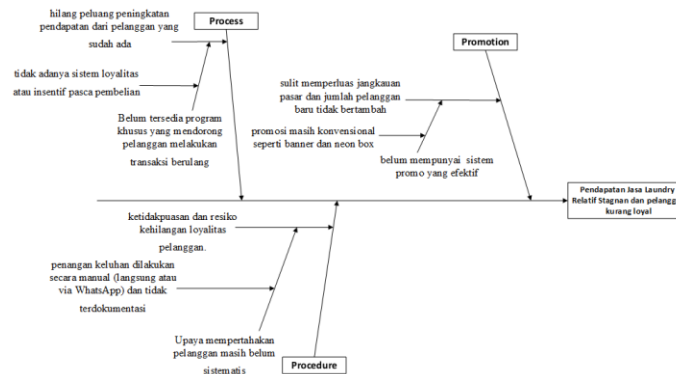
Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah studi literatur, di mana peneliti menelaah berbagai sumber yang relevan, baik berupa buku ber-ISBN maupun jurnal ilmiah, khususnya yang membahas konsep *Customer Relationship Management* (CRM) dalam konteks bisnis jasa *laundry*. Studi literatur ini digunakan untuk memperkuat landasan teori dan membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan pada Kinclong Lagi. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data menggunakan tiga metode utama. Metode observasi digunakan untuk mengamati langsung aktivitas operasional yang berlangsung di Kinclong Lagi, sehingga peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai alur kerja dan pola interaksi dengan pelanggan. Metode wawancara dilakukan secara semi-struktural dengan pemilik usaha untuk menggali permasalahan yang dihadapi serta kebutuhan sistem yang diharapkan. Sementara itu, metode analisis dokumen digunakan untuk menelaah catatan transaksi, materi promosi, serta arsip internal lainnya sebagai data pendukung penelitian. Tahap berikutnya adalah analisis masalah, di mana seluruh temuan lapangan diidentifikasi dan divisualisasikan ke dalam *Fishbone Diagram* menggunakan aplikasi Draw.io. Diagram ini membantu dalam menguraikan akar penyebab permasalahan utama yang berkaitan dengan promosi, loyalitas pelanggan, dan penanganan keluhan. Setelah itu, dilakukan analisis proses bisnis dengan menggambarkan alur kegiatan operasional melalui *Activity Diagram*, sehingga pola kerja yang berjalan dapat dipahami secara sistematis.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusun analisis kebutuhan sistem yang dituangkan dalam *Use Case Diagram*. Diagram ini menjelaskan fungsi-fungsi utama sistem, mulai dari proses login, manajemen data pelanggan, transaksi, pengelolaan promosi, program loyalitas, hingga pembuatan laporan. Pada tahap selanjutnya, dilakukan perancangan basis data menggunakan *Class Diagram* untuk memodelkan entitas dan relasi antar data, yang kemudian diimplementasikan dalam MySQL sebagai sistem manajemen basis data. Untuk meningkatkan pengalaman pengguna, dilakukan perancangan antarmuka menggunakan perangkat lunak Balsamiq. Perancangan ini menghasilkan rancangan tampilan website yang menjadi gambaran awal interaksi pengguna dengan sistem. Tahap berikutnya adalah perancangan sistem dan implementasi, yang mencakup proses pengembangan aplikasi berbasis web dengan memperhatikan aspek kemudahan penggunaan, kejelasan alur, serta penyusunan panduan penggunaan sistem. Tahap terakhir penelitian ini adalah penyusunan kesimpulan dan saran, yang berisi ringkasan dari keseluruhan proses penelitian, temuan utama yang diperoleh, serta rekomendasi pengembangan lebih lanjut agar sistem yang dihasilkan dapat diimplementasikan secara lebih optimal pada UMKM, khususnya di bidang *laundry* sepatu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Masalah

Fishbone Diagram merupakan salah satu media analisis berbasis sual yang berfungsi untuk menemukan berbagai faktor yang menjadi penyebab suatu masalah [10]. Berikut adalah gambaran dari *Fishbone Diagram*, yang dapat di lihat pada Gambar 2:



Gambar 2. Fishbone Diagram

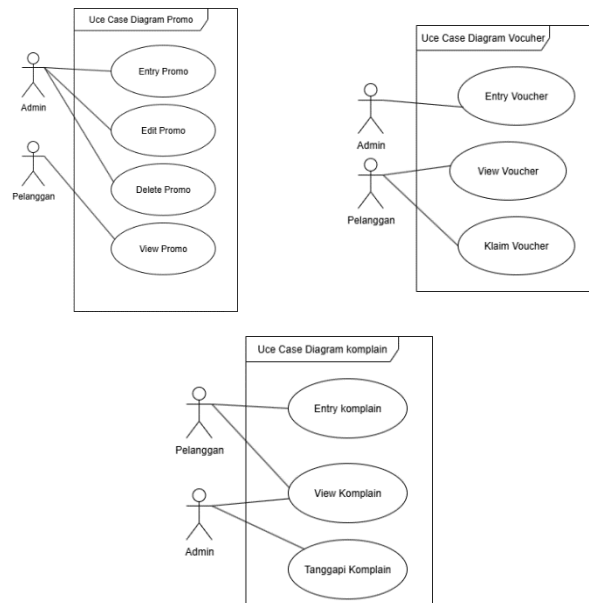
Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan di Kinclong Lagi, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan yang berpengaruh terhadap upaya perusahaan dalam memperoleh, meningkatkan, dan mempertahankan pelanggan. Analisis masalah dilakukan dengan menggunakan *Fishbone Diagram*, yang membantu menggambarkan akar permasalahan pada tiga aspek utama strategi *Customer Relationship Management* (CRM), yaitu *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain*. Pada aspek *Acquire*, permasalahan utama terletak pada strategi promosi. Saat ini Kinclong Lagi masih mengandalkan media konvensional seperti banner dan neon box. Metode ini kurang efektif dalam menjangkau calon pelanggan baru, terutama di era digital yang menuntut promosi berbasis media daring. Hal ini menyebabkan pertumbuhan jumlah pelanggan baru tidak optimal. Pada aspek *Enhance*, perusahaan belum memiliki sistem loyalitas yang dapat memberikan insentif kepada pelanggan untuk melakukan transaksi berulang. Tidak adanya fitur seperti pemberian poin atau penukaran voucher membuat pelanggan kurang terdorong untuk kembali menggunakan layanan. Kondisi ini dapat berdampak pada rendahnya tingkat retensi dan frekuensi kunjungan pelanggan.

Sementara itu, pada aspek *Retain*, permasalahan muncul pada pengelolaan keluhan pelanggan. Proses penanganan komplain masih dilakukan secara manual, baik melalui percakapan langsung maupun aplikasi WhatsApp. Ketidadaan pencatatan yang terdokumentasi mengakibatkan kesulitan dalam melakukan tindak lanjut serta evaluasi terhadap layanan. Hal ini berisiko menurunkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada menurunnya loyalitas dalam jangka panjang. Dari ketiga aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi di Kinclong Lagi terutama terkait keterbatasan sistem informasi dalam mendukung strategi CRM. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah solusi berupa sistem terintegrasi yang mampu menangani promosi digital, menyediakan fitur loyalitas, serta mendokumentasikan keluhan pelanggan secara lebih baik.

3.2 Perancangan Usulan

a. Use Case Diagram

Use Case Diagram adalah komponen yang menggambarkan fungsional dalam sebuah sistem [11]. Terdapat 9 (sembilan) Use case diagram dalam penelitian ini disusun berdasarkan tiga tahapan CRM, yaitu *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain*. Pada tahap *Acquire*, sistem menampilkan promo digital langsung di halaman awal website sehingga dapat diakses oleh seluruh pengunjung, dan memberikan 20 poin loyalitas secara otomatis kepada pelanggan yang mendaftar sebagai member. Tahap *Enhance* dilakukan melalui pemberian poin insentif setiap kali pelanggan melakukan transaksi, yang kemudian dapat ditukarkan menjadi voucher diskon melalui fitur klaim. Sementara itu, tahap *Retain* mencakup fitur pengelolaan komplain, di mana pelanggan dapat mengirimkan keluhan, melihat riwayat, serta menerima tanggapan dari admin secara langsung dan terdokumentasi dalam sistem. Seluruh use case ini saling terintegrasi untuk membentuk sistem. Yang digambarkan pada Gambar 3.

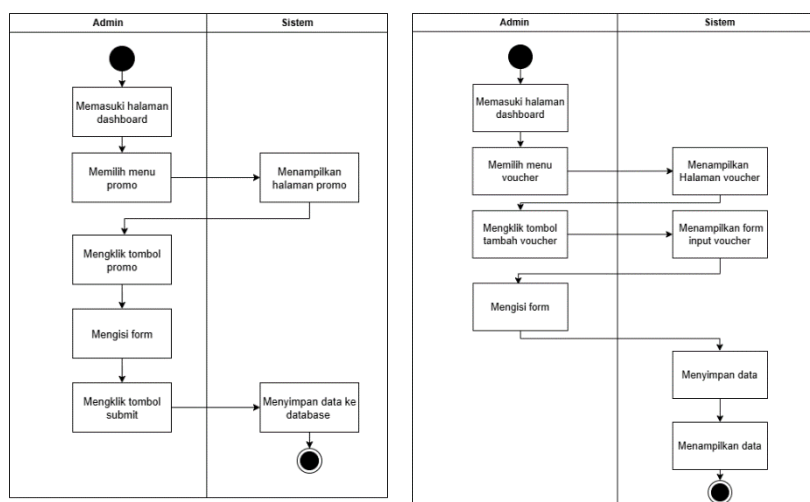


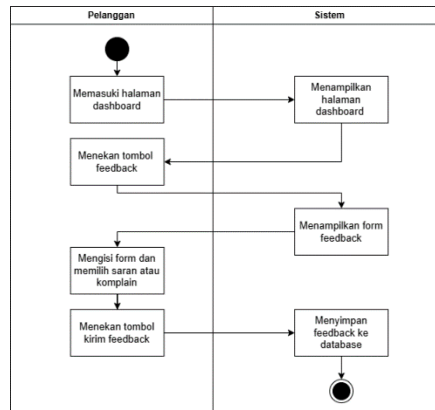
Gambar 3. Use Case Diagram

b. Activity Diagram

Activity Diagram ialah menggambarkan urutan alur kerja atau aktivitas dalam sistem, baik dalam konteks teknis maupun proses bisnis yang dijalankan [12]. Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 16 (enam belas) *Activity Diagram* yang menggambarkan alur dari aktivitas dari proses dalam sistem CRM kinclong lagi. *Activity Diagram* pada sistem E-CRM ini secara khusus menggambarkan tiga alur utama yang berkaitan dengan strategi CRM, yaitu promo, voucher, dan komplain. Pada fitur promo, admin melakukan input data promosi melalui form digital yang tersedia, dan setelah data berhasil disimpan, informasi promo akan ditampilkan secara otomatis di halaman awal website agar dapat diakses oleh semua pengunjung, termasuk non-member.

Selanjutnya, pada fitur voucher, pelanggan yang telah terdaftar dapat melihat daftar voucher dan melakukan klaim sesuai jumlah poin yang dimiliki. Sistem akan memverifikasi jumlah poin, dan apabila mencukupi, poin akan dikurangi secara otomatis dan klaim voucher berhasil dilakukan. Pada fitur komplain, pelanggan dapat menyampaikan keluhan melalui sistem, yang kemudian ditinjau dan dibalas oleh admin. Tanggapan dari admin akan terdokumentasi dalam sistem dan dapat dilihat kembali oleh pelanggan. Ketiga alur ini menjadi bagian penting dalam mendukung strategi akuisisi, peningkatan loyalitas, dan retensi pelanggan secara terintegrasi dalam platform E-CRM. Yang dapat di lihat pada gambar 4.

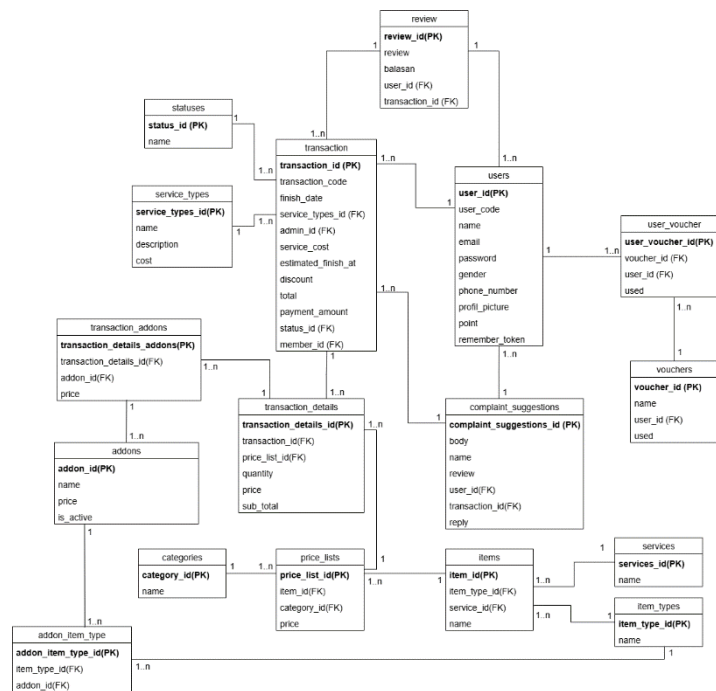




Gambar 4. Activity Diagram

c. Class Diagram

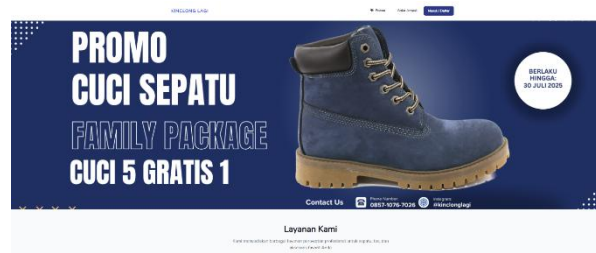
Class Diagram salah satu dari bentuk UML (*Unified Modeling Language*) yang di gunakan untuk menggambarkan susunan kelas beserta hubungan antar kelas di dalam suatu sistem. Yang dapat di lihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Class Diagram

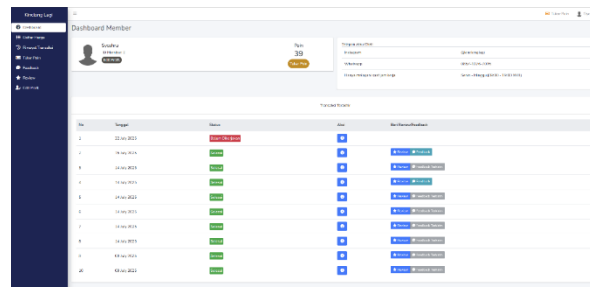
d. Tampilan Layar

Gambar 6 menunjukkan tampilan awal website yang dirancang untuk menampilkan informasi promosi secara langsung guna menarik perhatian dan meningkatkan jumlah pelanggan.



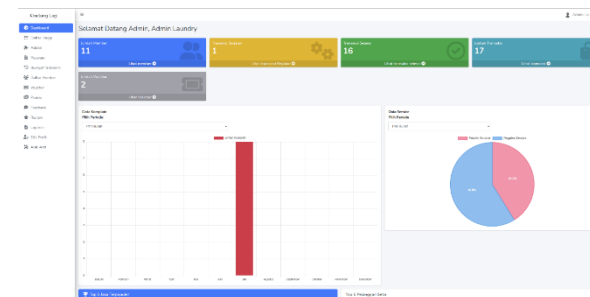
Gambar 6. Tampilan Layar awal

Gambar 7 menampilkan tampilan *dashboard admin* yang menyajikan informasi ringkasan data operasional, seperti jumlah *member*, transaksi berjalan dan selesai, jumlah *voucher*, serta data komplain dan distribusi layanan secara visual untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat



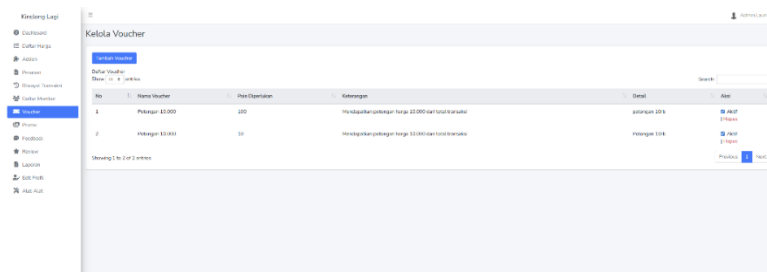
Gambar 7. Tampilan Layar *Dashboard Admin*

Gambar 8 menampilkan tampilan *dashboard member* yang menyajikan informasi profil pelanggan, riwayat transaksi, status pesanan, serta fitur untuk memberikan ulasan dan *feedback* atas layanan yang diterima



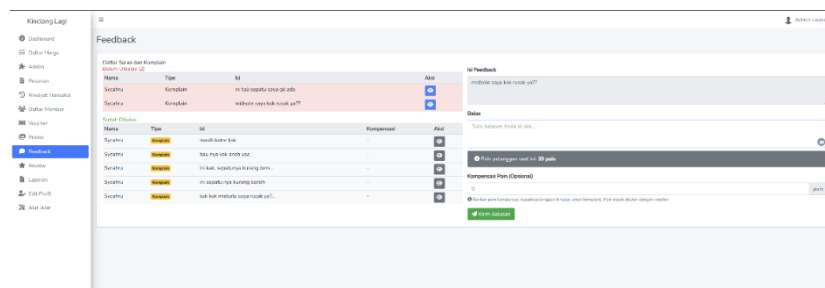
Gambar 8. Tampilan Layar *Dashboard Member*

Gambar 9 menampilkan antarmuka pengelolaan *voucher* yang digunakan oleh admin untuk menambah, mengaktifkan, atau menghapus *voucher* berdasarkan poin pelanggan, sebagai bagian dari strategi loyalitas berbasis insentif



Gambar 9. Tampilan Layar *Voucher*

Gambar 10 memperlihatkan fitur manajemen *feedback* yang memungkinkan admin meninjau dan membalas komplain pelanggan serta memberikan kompensasi poin sebagai bentuk tanggapan terhadap pelayanan yang diterima



Gambar 9. Tampilan Layar *Feedback*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web pada Kinclong Lagi berhasil menjawab permasalahan yang teridentifikasi melalui analisis Fishbone Diagram. Sistem ini dirancang dengan strategi *Acquire, Enhance, dan Retain*, sehingga setiap fitur yang dibangun sesuai dengan akar masalah yang ditemukan. Pada aspek *Acquire*, permasalahan promosi konvensional diatasi dengan adanya fitur promosi digital dan pendaftaran pelanggan secara daring, yang memungkinkan jangkauan konsumen lebih luas. Pada aspek *Enhance*, sistem menyediakan program loyalitas berupa *reward point* yang dapat ditukar dengan *voucher*, sehingga pelanggan terdorong untuk melakukan transaksi berulang. Sedangkan pada aspek *Retain*, sistem menyediakan modul pengelolaan keluhan yang terdokumentasi, sehingga perusahaan dapat menindaklanjuti permasalahan pelanggan dengan lebih cepat, terstruktur, dan transparan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa fitur-fitur CRM yang diimplementasikan mampu berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, sistem ini tidak hanya mendukung peningkatan pelayanan kepada pelanggan, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat loyalitas pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan CRM berbasis web dengan pendekatan *Acquire, Enhance, dan Retain* dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM, khususnya pada sektor *laundry* sepatu. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena belum dilakukan pengujian langsung kepada konsumen secara luas. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan evaluasi berbasis survei pelanggan untuk mengukur kepuasan dan tingkat loyalitas secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenperin, “Kemenperin: Industri alas kaki lokal dorong ekonomi RI ke global,” *antaranews.com*. Accessed: Jul. 12, 2025. [Online]. Available: <https://www.antaranews.com/berita/4350783/kemenperin-industri-alas-kaki-lokal-dorong-ekonomi-ri-ke-global>
- [2] World Footwear, “The World Footwear Yearbook 2022,” <https://www.worldfootwear.com/yearbook/the-world-footwear-2022-Yearbook/230.html>. Accessed: Jun. 05, 2025. [Online]. Available: <https://www.worldfootwear.com/yearbook/the-world-footwear-2022-Yearbook/230.html>
- [3] N. Gulo *et al.*, *Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)*. Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2025. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=nEBVEQAAQBAJ>
- [4] P. Hutajulu, E. Rajagukguk, and J. M. Hutapea, “CRM, Loyalitas Pelanggan Sistem Informasi Layanan Laundry Dengan Pendekatan Operasional Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus: Sinta Clean Laundry),” *METHOSISFO: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, vol. 4, no. 2, pp. 74–83, 2024.
- [5] D. Wulandari, Z. Azhar, and A. Syafnur, “Perancangan E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Intan Laundry,” *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 2, no. 3, pp. 229–236, 2022.
- [6] N. Aini, D. Anggraeni, and S. Sahren, “Pembangunan Sistem Informasi Strategi CRM Dengan Framework Codeigniter Pada Laundry Bang Tris,” *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 2, pp. 89–96, 2023.
- [7] S. Aripin, H. Irawan, W. Usino, and I. Novita, “Penerapan E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Orang Tua Siswa Pada SMA Islamic Centre Kota Tangerang,” *KRESNA: Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 39–48, 2023.
- [8] S. A. Bagaskara and Yuliazmi, “IMPLEMENTASI ENHANCING ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN DI FEBY LAUNDRY,” in *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 2023, pp. 1350–1359.
- [9] Z. Ghazali *et al.*, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Akuntansi*, Mei 2024. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=FmQGEQAAQBAJ>
- [10] F. Sulianta and U. Widyatama, “Diagram Fishbone untuk Berbagai Kebutuhan,” 2024, *November*.
- [11] L. P. Sumirat, C. Dwi, S. Yudi Kristyawan, Y. K. M Kom, and K. Slamet, “DASAR-DASAR Rekayasa Perangkat Lunak,” 2023, *Madza Media*.
- [12] A. Gunawan, S. Ningsih, and D. A. Lantana, “Pengantar Basis Data,” 2023, *PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, Malang*.

IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MAGNAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BUKET TOKO VANTSA SHOP

Senli Visela¹, Hendri Irawan² Nawindah³, Agus Umar Hamdani⁴

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

Email: ¹12112500208@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}Hendri.Irawan@budiluhur.ac.id, ³nawindah@budiluhur.ac.id,

⁴agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak besar terhadap sektor usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Toko Vantsa Shop, yang bergerak di bidang jasa pembuatan buket, menghadapi berbagai kendala operasional seperti promosi yang terbatas, kesulitan dalam pencarian produk, miskomunikasi saat pemesanan, serta pencatatan laporan penjualan yang masih dilakukan secara non-digital dan tidak efisien. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) menggunakan platform WordPress dengan plugin WooCommerce sebagai solusi digital. Selain itu, strategi Search Engine Optimization (SEO) juga diterapkan untuk meningkatkan visibilitas toko di mesin pencari dan memperluas jangkauan pasar. Metode penelitian yang digunakan mencakup identifikasi masalah melalui wawancara dan observasi langsung, perancangan sistem dengan pendekatan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX), serta pengujian terhadap fungsionalitas sistem dan efektivitas penerapan SEO. *website* yang dikembangkan menyediakan fitur seperti katalog produk, sistem pencarian, pemesanan online, manajemen stok otomatis, laporan penjualan berkala, serta integrasi dengan layanan pembayaran Tripay dan pengiriman melalui Biteship. Selain itu, promosi digital diperkuat melalui banner promosi dan *pop-up* diskon pengguna baru. Hasil implementasi menunjukkan sistem *e-commerce* meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan transaksi, mempercepat pemesanan, dan menghasilkan laporan otomatis. SEO terbukti meningkatkan kunjungan situs dan transaksi. Penelitian ini memberi manfaat nyata bagi UMKM, menjadi studi kasus bagi instansi riset, serta berkontribusi pada pengembangan ilmu teknologi informasi.

Kata Kunci: *E-commerce*, CMS, WordPress, WooCommerce, SEO, Peningkatan Penjualan, Vantsa Shop

Implementation of CMS-Based E-Commerce to Increase Sales of Bouquets at Vantsa Shop

Abstract- The evolution of information and communication technology has profoundly impacted the business sector, particularly Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Vantsa Shop, a business specializing in bouquet creation services, faced various operational challenges, including limited promotion, difficulty in product searches, miscommunication during orders, and inefficient, non-digital sales record-keeping. To address these issues, this study aimed to implement a digital solution: an *e-commerce* system based on a *Content Management System* (CMS) using the WordPress platform with the WooCommerce plugin. Additionally, a Search Engine Optimization (SEO) strategy was applied to enhance the store's visibility on search engines and broaden its market reach. The research methodology included problem identification through interviews and direct observation, system design using a *User Interface* (UI) and *User Experience* (UX) approach, and testing the system's functionality and the effectiveness of the SEO implementation. The developed website features a product catalog, a search system, online ordering, automated stock management, regular sales reports, and integration with Tripay payment services and Biteship for shipping. Digital promotion was also strengthened through promotional banners and new user discount pop-ups. The implementation results demonstrated that the *e-commerce* system improved operational efficiency, reduced transaction errors, accelerated the ordering process, and generated automated reports. The SEO strategy proved effective in increasing website visits and transactions. This research provides tangible benefits for MSMEs, serves as a case study for research institutions, and contributes to the development of information technology.

Keywords: *E-commerce*, (CMS), WordPress, WooCommerce, (SEO), Sales Improvement, Vantsa Shop

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh luas dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam sektor bisnis dan pemasaran. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kini dituntut untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Secara umum, perdagangan elektronik atau yang dikenal sebagai *e-commerce* merupakan salah satu komponen dari bisnis elektronik (*e-business*). *E-commerce* mencakup beragam kegiatan jual beli yang dilakukan secara daring melalui internet atau jaringan elektronik lainnya, seperti jual beli produk, layanan keuangan, hingga penyediaan berbagai jenis jasa [1].

WordPress merupakan *Content Management System (CMS) open source* yang sepenuhnya dibangun dengan PHP dan MySQL untuk pembuatan situs web dinamis. Dikembangkan oleh Matt Mullenweg, platform ini ditulis menggunakan bahasa pemrograman PHP. WordPress menjadi salah satu CMS paling populer karena menyediakan antarmuka yang memudahkan pengguna dalam menyesuaikan dan mengelola *website* melalui sistem *back-end* [2].

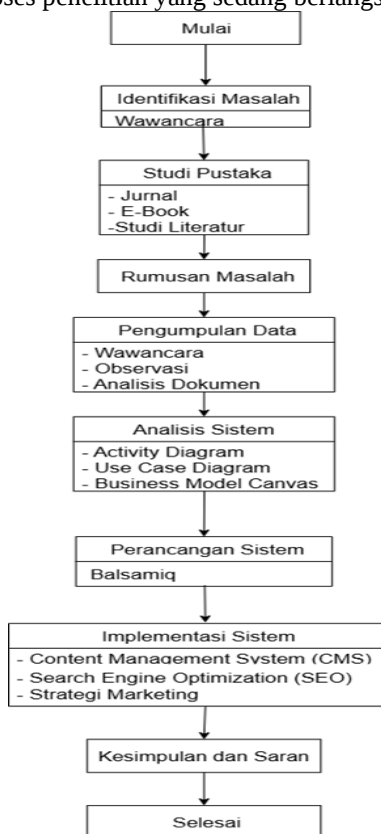
Vantsa Shop adalah usaha kreatif yang bergerak di bidang pembuatan buket seperti buket bunga, uang, makanan (*snack*), serta buket kustom sesuai permintaan. Didirikan oleh Saras Wati pada tahun 2021 dan berlokasi di Pondok Aren, Tangerang Selatan, usaha ini memanfaatkan Instagram (@vantsa.shop_official) untuk promosi dan katalog produk, serta WhatsApp untuk pemesanan dan komunikasi dengan pelanggan. Namun, bisnis ini menghadapi beberapa kendala, seperti jangkauan promosi yang terbatas hanya pada *followers* dan kontak pribadi, kesulitan pelanggan dalam menemukan produk atau mengecek stok di Instagram, serta potensi miskomunikasi dan kehilangan data saat pemesanan melalui WhatsApp. Selain itu, pencatatan laporan penjualan masih dilakukan secara manual, menyulitkan proses pelacakan transaksi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan sistem yang lebih terintegrasi guna meningkatkan efisiensi operasional. Solusi yang diusulkan adalah penerapan *website e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* yang dioptimalkan dengan *Search Engine Optimization (SEO)*. Dengan langkah ini, diharapkan bisnis dapat memberikan layanan yang lebih baik, memperluas pasar, dan mengelola data serta transaksi secara lebih profesional.

Penelitian sebelumnya telah membahas berbagai kendala yang dihadapi dalam penerapan *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan oleh [3] membahas kendala seperti promosi terbatas, pencatatan manual, dan akses informasi produk, namun cenderung berhenti pada perancangan sistem tanpa evaluasi SEO maupun integrasi layanan pembayaran dan pengiriman. Penelitian ini berbeda karena menggabungkan WordPress–WooCommerce dengan optimasi SEO, integrasi Tripay dan Biteship, serta laporan otomatis yang terukur, sehingga menghadirkan solusi komprehensif sekaligus kontribusi nyata bagi digitalisasi UMKM dan pengembangan ilmu teknologi informasi. Penelitian yang dilakukan oleh [4] fokus pada pembangunan sistem informasi penjualan buket berbasis web menggunakan metode *waterfall*. Permasalahan yang diangkat terutama adalah pelanggan harus datang langsung ke toko untuk memesan, keterbatasan promosi, dan pencatatan penjualan yang masih manual. Solusi yang ditawarkan berupa *website* pemesanan sederhana agar pelanggan bisa memesan secara online, namun belum dilengkapi integrasi pembayaran digital, pengiriman otomatis, ataupun optimasi SEO. Sementara itu, penelitian pada toko vantsa shop memiliki ruang lingkup lebih luas. Masalah yang diangkat tidak hanya promosi dan pencatatan manual, tetapi juga kesulitan pelanggan dalam menemukan produk, potensi miskomunikasi pada pemesanan melalui WhatsApp, serta kebutuhan laporan penjualan yang cepat dan akurat. Penelitian yang dilakukan oleh [5] menyoroti masalah persaingan harga, promosi terbatas, produk sejenis, serta pencatatan berbasis kertas, dengan solusi berupa *website e-commerce* berbasis WordPress yang dilengkapi BMC, UML, dan SEO. Sementara itu, penelitian pada Toko Vantsa Shop berfokus pada kendala promosi di Instagram, kesulitan pencarian produk, miskomunikasi pemesanan, dan pencatatan tidak efisien. Solusi yang diusulkan mencakup WordPress–WooCommerce dengan desain UI/UX, integrasi Tripay dan Biteship, serta evaluasi SEO, menghasilkan sistem komprehensif yang meningkatkan efisiensi dan mendukung digitalisasi UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh [6] Keller Bouquet masih bergantung pada Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran utama, yang menyebabkan pertumbuhan penjualannya cenderung stagnan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan *Social Media Marketing (SMM)* serta penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk membangun *website* toko online dan memperluas jangkauan pemasaran. Hasil dari implementasi tersebut menunjukkan peningkatan frekuensi pembelian oleh pelanggan, peningkatan visibilitas toko di ranah digital, serta penguatan citra merek (*branding*) secara keseluruhan. Penelitian yang dilakukan oleh [7] Toko Azrina Flower mengalami kendala dalam hal pemasaran yang kurang optimal serta pencatatan laporan penjualan yang masih dilakukan secara manual, sehingga sering terjadi keterlambatan dalam pengelolaan data. Penelitian ini menerapkan metode *waterfall* dalam perancangan aplikasi penjualan berbasis web dengan memanfaatkan CMS WordPress. Hasil pengembangan

menghasilkan *website e-commerce* yang mendukung proses transaksi secara lebih cepat, pencatatan data secara otomatis, serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan platform digital.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk menemukan kebenaran mengenai suatu fenomena atau fakta yang terjadi [8]. Gambar 1 memperlihatkan urutan tahapan penelitian yang menggambarkan alur proses penelitian yang sedang berlangsung.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan Toko Vantsa Shop melalui wawancara dengan pemilik. Kendala utama yang ditemukan adalah promosi terbatas pada media sosial, kesulitan pelanggan menemukan produk, miskomunikasi saat pemesanan via WhatsApp, serta pencatatan penjualan yang masih konvensional. Untuk mendukung pemecahan masalah, dilakukan studi pustaka dari berbagai sumber relevan sebagai dasar teori dan kerangka pemikiran. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis dengan *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, dan *Business Model Canvas* (BMC). Hasil analisis menunjukkan perlunya fitur pendaftaran akun, pemesanan, pengelolaan stok, pembayaran, pelacakan pesanan, serta laporan otomatis. Perancangan antarmuka dilakukan menggunakan prinsip UX/UI dengan wireframe dari Balsamiq agar mudah digunakan dan responsif. Implementasi sistem mencakup pembangunan *website e-commerce* berbasis WordPress dan WooCommerce, integrasi pembayaran Tripay, pengiriman Biteship, serta laporan otomatis. Optimalisasi SEO dilakukan dengan kata kunci, meta tag, sitemap XML, dan *plugin* Yoast SEO, sedangkan promosi digital diperkuat dengan *pop up* diskon dan banner promosi. Penelitian ditutup dengan kesimpulan bahwa integrasi CMS, WooCommerce, dan SEO mampu meningkatkan efisiensi operasional UMKM, memperluas pasar, serta memberikan kontribusi nyata bagi digitalisasi bisnis.

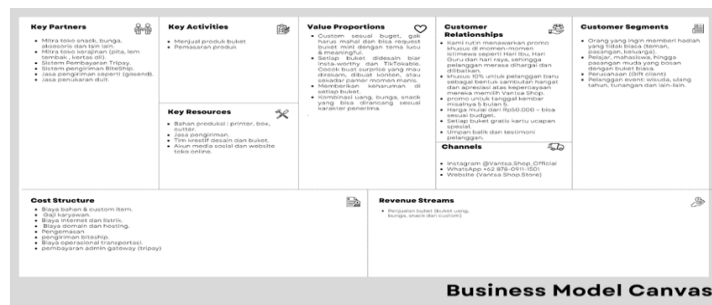
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

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

3.1 Model Bisnis

Business Model Canvas adalah sebuah perangkat yang dimanfaatkan untuk mendesain, menjabarkan, serta memodifikasi model bisnis dari suatu perusahaan [9]. analisis proses bisnis *Vantsa Shop* menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC):

- *Key Partner*, dalam operasional bisnis buket Platform ini bekerja sama dengan mitra toko *snack*, bunga, dan perlengkapan kerajinan seperti pita, lem tembak, dan kertas. Dibangun dengan WordPress dan WooCommerce, sistem ini didukung oleh Tripay untuk pembayaran otomatis dan BiteShip untuk pengiriman, termasuk layanan instan seperti GoSend. Tersedia juga jasa penukaran uang pecahan untuk kebutuhan buket uang.
- *Key Activities*, Toko *Vantsa Shop* menjalankan aktivitas utama berupa penjualan produk buket seperti bunga, uang, dan snack, serta pemasaran melalui media sosial dan website e-commerce. Pemasaran didukung strategi digital seperti promosi online dan optimasi SEO untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.
- *Key Resources*, Bahan produksi, tim kreatif, serta akun media sosial dan website toko online.
- *Value Proportions*, *Vantsa Shop* menawarkan layanan custom buket sesuai budget, mulai dari buket mini bertema lucu hingga kombinasi unik uang, bunga, dan snack. Dirancang agar menarik, berkesan, dan cocok untuk momen spesial, setiap buket dilengkapi sentuhan harum yang menyenangkan dan dapat disesuaikan dengan karakter penerima.
- *Customer Relationships*, *Vantsa Shop* menawarkan buket dimulai dari harga 50.000 secara rutin menawarkan promo khusus di momen-momen istimewa seperti Hari Ibu, Hari Guru, ulang tahun, dan hari raya untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan. Kami juga menyediakan diskon 10% khusus bagi pelanggan baru sebagai sambutan hangat atas kepercayaan mereka. Selain itu, promo menarik juga hadir di tanggal-tanggal kembar seperti 5.5 atau 10.10. Kami memberi kartu ucapan gratis dan sangat menghargai umpan balik dan testimoni dari pelanggan sebagai bahan evaluasi dan peningkatan layanan ke depannya.
- *Chanel*s, Penjualan dan komunikasi dengan pelanggan dilakukan melalui berbagai platform digital. Media sosial seperti Instagram, aplikasi pemesanan WhatsApp, dan website *E-commerce* <https://vantsashop.store/> resmi toko menjadi jalur utama dalam memasarkan produk dan melayani transaksi. Saluran ini dipilih karena mampu memberikan kemudahan akses, kenyamanan, serta respons cepat bagi pelanggan.
- *Customer Segments*, Target pasar mencakup individu yang ingin memberikan hadiah dengan tampilan berbeda kepada orang-orang terdekat, seperti sahabat, pasangan, maupun keluarga. Mahasiswa dan pelajar juga termasuk segmen potensial karena kebutuhan mereka akan hadiah yang unik. Di sisi lain, toko menyasar segmen korporasi yang memerlukan hadiah untuk klien atau mitra, serta pelanggan yang merayakan acara khusus seperti wisuda, pertunangan, atau ulang tahun.
- *Cost Structure*, Struktur biaya dalam bisnis ini mencakup pengeluaran untuk bahan dan item custom, gaji karyawan, biaya utilitas (internet dan listrik), serta biaya teknis seperti domain dan hosting website. Selain itu, terdapat pengeluaran untuk pengemasan produk, jasa pengiriman, dan kebutuhan operasional transportasi lainnya.
- *Revenue Streams*, Pemasukan utama diperoleh dari penjualan berbagai jenis buket, baik yang berisi uang tunai, bunga, makanan ringan, maupun pesanan khusus sesuai keinginan pelanggan. Personalisasi produk menjadi strategi utama dalam menarik minat konsumen dan memperluas jangkauan pasar.



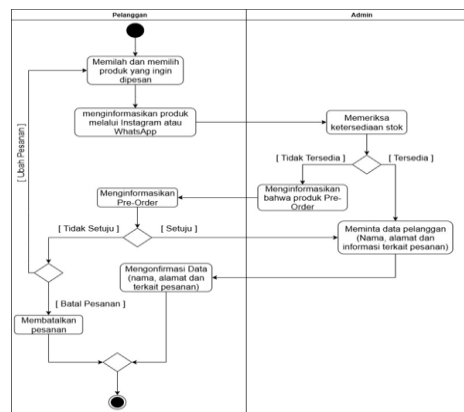
Gambar 2. Business Model Canvas

3.2 Alur Bisnis

Activity Diagram adalah representasi visual dari alur aktivitas atau *workflow* dalam suatu sistem yang akan dikembangkan. Diagram ini berperan dalam mendeskripsikan serta mengorganisasi alur proses dan tampilan dari sistem yang dirancang [10].

3.2.1 Proses Pemesanan

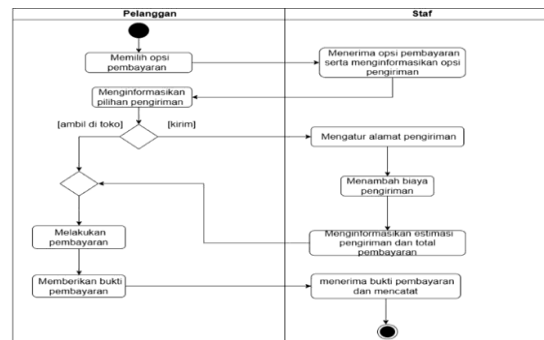
Proses pemesanan diawali dengan pemilihan produk oleh pelanggan yang kemudian dikonfirmasi melalui Instagram atau WhatsApp. Admin memeriksa ketersediaan stok; jika tersedia, pelanggan diminta memberikan data diri dan detail pesanan. Jika stok habis, admin menawarkan opsi pre-order. Pesanan dilanjutkan bila pelanggan menyetujui, namun dibatalkan bila tidak setuju dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Proses Pemesanan

3.2.2 Proses Pembayaran dan Memilih Pengiriman

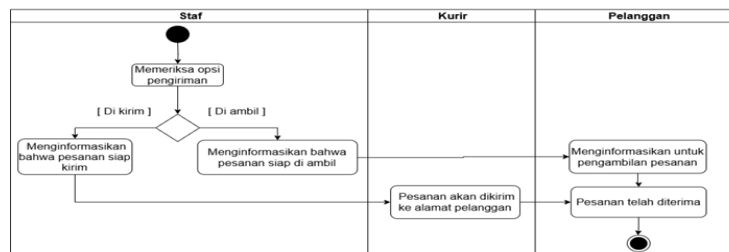
Proses pembayaran dilakukan setelah pelanggan memilih metode bayar, seperti transfer atau tunai. Staf kemudian menanyakan opsi pengiriman, apakah diambil langsung atau dikirim via kurir. Jika diambil, pelanggan membayar dan bukti pembayaran dicatat staf. Jika dikirim, staf menambahkan ongkir, memberi estimasi biaya, lalu pelanggan membayar dan mengirim bukti, yang selanjutnya dicatat oleh staf. dapat dilihat pada di gambar 4.



Gambar 4. Proses Pembayaran dan Memilih Pengiriman

3.2.3 Proses Pengiriman

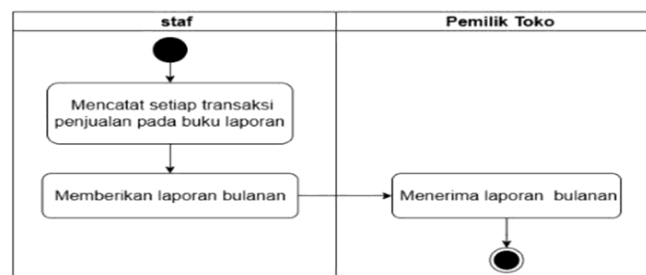
Proses pengiriman diawali staf dengan memeriksa opsi yang dipilih pelanggan, yaitu dikirim ke alamat atau diambil di toko. Jika dikirim, staf menyiapkan pesanan, memberi instruksi ke kurir, dan pelanggan diberi informasi hingga barang diterima. Jika diambil, staf memberi konfirmasi pesanan siap, lalu pelanggan datang langsung mengambilnya. Proses selesai setelah pesanan diterima dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Proses Pengiriman

3.2.4 Proses Laporan Bulanan

Proses pencatatan dan pelaporan penjualan bulanan di toko. Proses dimulai dari staf yang mencatat setiap transaksi penjualan ke dalam buku laporan, lalu staf menyusun dan memberikan laporan penjualan bulanan kepada pemilik toko. Pemilik toko kemudian menerima laporan tersebut sebagai bentuk evaluasi dan pengawasan terhadap aktivitas penjualan. Diagram ini menunjukkan alur kerja yang sederhana namun penting dalam memastikan transparansi laporan keuangan toko.



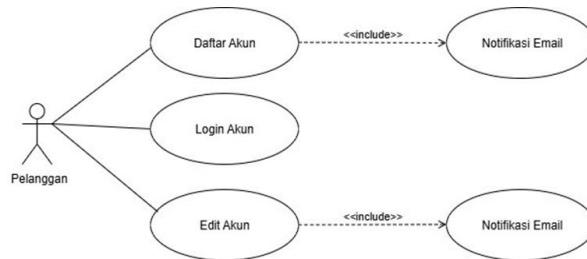
Gambar 6. Proses Laporan

3.3 Use Case Diagram

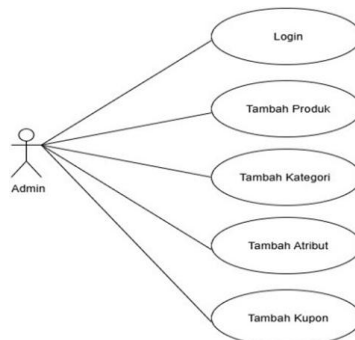
Use Case Diagram merupakan pemodelan untuk menggambarkan kelakuan (behavior) sistem yang akan dibuat. *Use Case Diagram* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat [11].

3.3.1 Use Case Diagram Master

Use Case diagram master menampilkan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7.



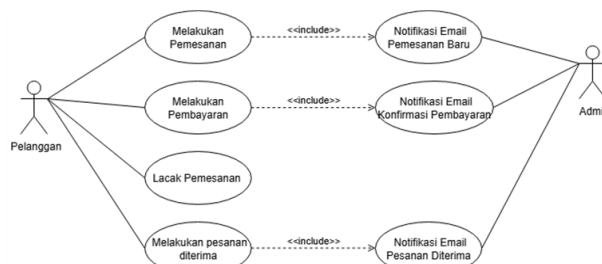
Gambar 7. Use Case Diagram Master Pelanggan



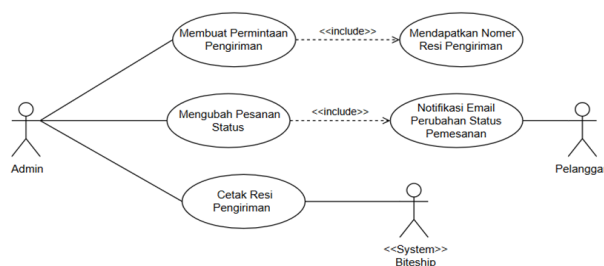
Gambar 8. Use Case Diagram Master Admin

3.3.2 Use Case Diagram Transaksi

Pada Use Case Diagram Transaksi pelanggan dapat melakukan pemesanan, melakukan pembayaran, lacak pemesanan dan melakukan pesanan diterima. Kemudian admin dapat membuat permintaan pengiriman, mengubah pesanan status dan cetak resi pengiriman.



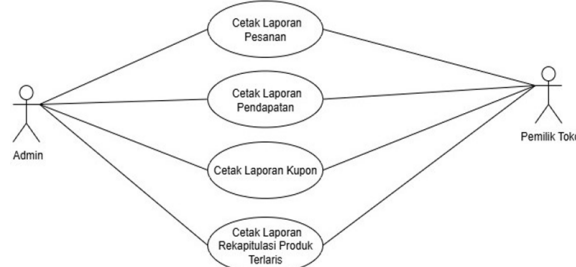
Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan



Gambar 10. Use Case Diagram Transaksi

3.3.3 Use Case Diagram Laporan

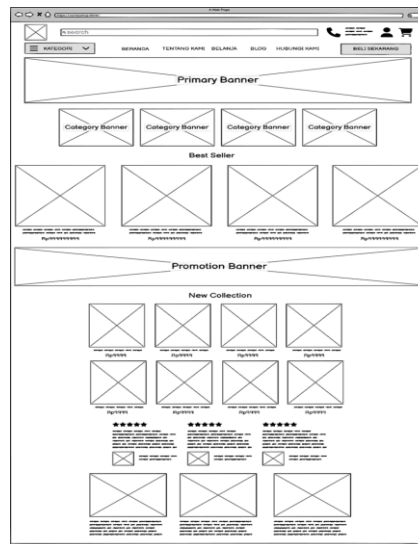
Pada *Use Case Diagram* Laporan admin dapat melakukan cetak laporan pesanan, cetak laporan pendapatan, cetak laporan kupon dan cetak laporan rekapitulasi profuk terlaris.



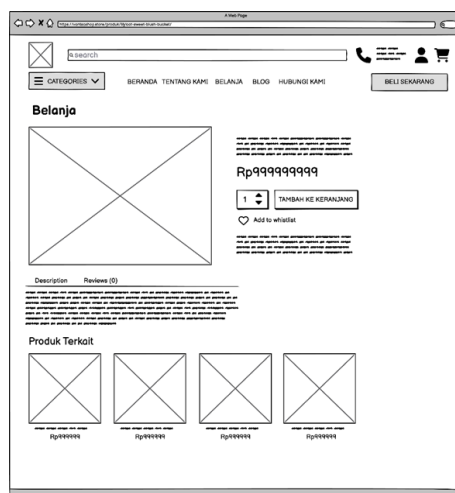
Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

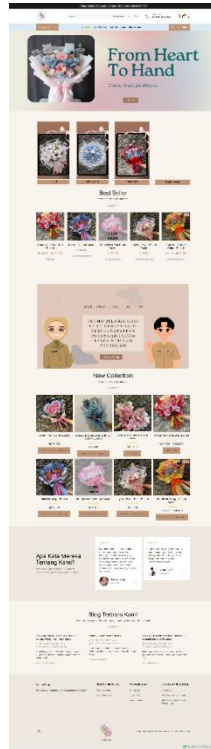
Balsamiq adalah perangkat lunak yang digunakan untuk merancang tampilan, khususnya dalam pembuatan desain antarmuka pengguna (*User Interface*). Aplikasi ini memudahkan proses visualisasi tata letak dan elemen-elemen UI secara efisien [12].



Gambar 12. Rancangan Layar Home



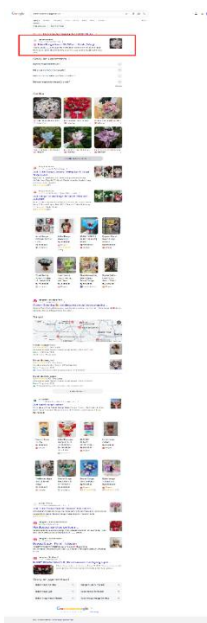
Gambar 13. Rancangan Layar Detail Produk



Gambar 14. Tampilan Home Website

3.5 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah teknik yang digunakan lebih terlihat dan dikenali oleh target pasar suatu situs atau halaman web dalam hasil pencarian organik (yaitu hasil pencarian yang tidak berbayar atau tanpa iklan) pada mesin pencari[13]. Metode ini bertujuan untuk mengoptimalkan posisi sebuah situs di hasil pencarian, sehingga mampu menarik lebih banyak pengunjung secara alami tanpa menggunakan iklan berbayar. Penyusunan artikel dimulai dengan pemilihan kata kunci yang sesuai dan relevan berdasarkan hasil riset. Salah satu kata kunci yang digunakan adalah “Buket Custom Bunga Harum 50.00an”. Berikut adalah tampilan hasil pencarian setelah strategi SEO dijalankan pada tanggal 23 juni 2025 dengan urutan pertama yang terlihat pada gambar



Gambar 13. Hasil Situs Mesin Pencari

4. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil merancang dan mengimplementasikan *website e-commerce* berbasis WordPress dan WooCommerce sebagai solusi atas kendala operasional, seperti keterbatasan promosi, risiko miskomunikasi pada pemesanan manual, dan pembuatan laporan penjualan bulanan. Sistem dilengkapi fitur katalog produk, keranjang belanja, checkout otomatis, manajemen stok, laporan penjualan, pelacakan pesanan, notifikasi email, serta *plugin Pop Up Maker* untuk promosi interaktif yang meningkatkan konversi penjualan. Penerapan strategi SEO dengan *plugin Yoast SEO* meningkatkan visibilitas *website* di Google, memperluas jangkauan pasar, dan memudahkan pelanggan menemukan produk. Dengan dukungan *Business Model Canvas*, sistem ini menjadi solusi terpadu yang menggabungkan aspek teknologi dan strategi bisnis berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] vera Adoe, M. Yufiana, and A. Diana, *Buku Ajar E-commerce*. Feniks Muda Sejahtera, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=x0hrEAAAQBAJ>
- [2] Suryana, *WordPress: WordPress Panduan Lengkap*. Dayat Suryana, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=tEj0EAAAQBAJ>
- [3] L. Sinta Raya and I. Hendri, "Penerapan *website E-commerce* Pada Toko *G7project Menggunakan Content Management System (CMS)*," vol. 3, no. September, pp. 1207–1216, 2024.
- [4] L. Dadan and S. Kussigit, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Buket Bunga Kain Flanel Pada Toko *R-Collection Berbasis Web*," *Log. J. Ilmu Komput. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 5, pp. 1192–1201, 2023, [Online]. Available: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic/article/view/2602>
- [5] Faisal and Diana, "Implementasi *website E-commerce Berbasis Content Management System Wordpress* Pada Toko *Pesona Tanaman*," *J. IKRAITH-INFORMATIKA*, vol. 5, no. 3, pp. 121–131, 2021.
- [6] W. Sagita and E. Adhitia, "Pemanfaatan Social Media Marketing (SMM) dan Search Engine Optimization (SEO) Pada Keler Bouquet," *J. Ris. Sist. Inf. Dan Teknol. Inf.*, vol. 6(2), pp. 424–431, 2024.
- [7] S. Yaya and A. Fauzi, "Pembuatan Aplikasi Penjualan Tanaman Berbasis Web (*E-commerce*) Menggunakan Metode *Waterfall Studi Kasus Toko Azrina Flower*," *J. Inform.*, vol. 08, pp. 35–40, 2021.
- [8] D. D. Karmanis, MA, and H. Ibda, *Metode Penelitian*. CV. Pilar Nusantara, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=pZcqEAAAQBAJ>
- [9] Kewirausahaan. LPPM Universitas Lancang Kuning. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=odsuEQAAQBAJ>
- [10] I. B. A. I. Iswara, P. W. A. Wijaya, I. B. G. Sarasvananda, P. W. Aditama, and I. G. M. N. Desnanjaya, *Pemanfaatan Virtual Reality Tour untuk Menjaga Kelestarian Pura*. Deepublish. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=Zxs4EQAAQBAJ>
- [11] B. bidang, *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=iiCeEAAAQBAJ>
- [12] T. T. Oktora, "Penerapan Aplikasi *Balsamiq Wireframes* pada *Rekayasa Perangkat Lunak SMK Negeri 1 Lumajang Jurusan*," *J. Informatics Educ.*, vol. 6, no. 3, pp. 35–42, 2023.
- [13] B. Nurcahyo, *Pemasaran Menggunakan Mesin Pencari*. Deepublish, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=OZ49EQAAQBAJ>