

**PENERAPAN ALGORITMA *APRIORI* UNTUK Mencari Pola
PENJUALAN PRODUK HERBAL
(STUDI KASUS: TOKO HANAWAN GEMILANG)**

Pratama Haryandi

Abstrak

Produk herbal merupakan produk yang berasal dari tumbuhan obat. Produk herbal termasuk kedalam berbagai macam produk seperti suplemen, vitamin ataupun obat herbal. Toko Hanawan Gemilang merupakan salah satu penjual produk herbal yang berada di Jakarta. Pada toko tersebut belum adanya pola kombinasi dari penjualan produk herbal guna meningkatkan penjualan. Penelitian ini mencari pola dengan aturan asosiasi yang berhubungan dengan data transaksi penjualan yaitu nilai *support* dan *confidence*. Data yang digunakan adalah data transaksi penjualan produk herbal sebanyak 30 jenis. Teknik *data mining* yang digunakan yaitu *association rule* dengan teknik *Apriori*, dengan tujuan untuk menghasilkan aturan asosiasi. Setelah *support* ditemukan, barulah dicari aturan asosiasi yang memenuhi syarat *minimum* untuk *confidence* aturan asosiasi sehingga menghasilkan *rule* antar kombinasi produk herbal. Setelah diujikan beberapa kali pada data, nilai *Minimum Support* dan *Minimum Confidence* yang diambil yaitu 10% dan 58%. Dengan nilai *Minimum Support* yang *Minimum Confidence* diambil menghasilkan 5 aturan asosiasi yang memenuhi syarat dan nilai *Confidence* terbesar adalah 71% pada aturan, jika membeli Kunyit Putih dan *Bilberry Carrot* maka membeli *Garlic*.

Kata Kunci : penjualan produk, *association rule*, *data mining*, algoritma *apriori*

**PENERAPAN ALGORITMA *APRIORI* UNTUK Mencari
POLA PENJUALAN PRODUK HERBAL
(STUDI KASUS: TOKO HANAWAN GEMILANG)**

Pratama Haryandi

Abstract

Herbal products are products derived from medicinal plants. Herbal products are included in a variety of products such as supplements, vitamins or herbal medicines. Hanawan Gemilang store is one of the herbal product sellers in Jakarta. At the store there is no combination pattern of selling herbal products to increase sales. This study will look for patterns with association rules related to sales transaction data, namely support and confidence values. The data used is sales transaction data of 30 types of herbal products. The data mining technique used is the association rule with the Apriori method, which aims to generate association rules. After all high-frequency patterns are found, then we look for association rules that meet the minimum requirements for the confidence of association rules so as to produce rules between combinations of herbal products. After being tested several times on the data, the Minimum Support and Minimum Confidence values taken are 10% and 58%. With the Minimum Support value, the Minimum Confidence taken produces 5 eligible association rules and the largest Confidence value is 71% in the rules, if you buy White Turmeric and Bilberry Carrot then buy Garlic.

Keywords: Product sale, association rule, data mining, algoritma apriori