

Penerapan Data Mining Association Rule Menggunakan Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan dan Memberikan Rekomendasi Pemasaran Produk Speedy (Studi Kasus di PT. Telkom Cabang Wonogiri)

MOCHAMAD YUSUF PRATAMA

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 112201104201@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Banyaknya persaingan dalam dunia bisnis khususnya dalam penjualan produk menuntut manajer penjualan pada PT. Telkom Cabang Wonogiri harus dapat menentukan pola strategi pemasaran produk speedy yang lebih efisien agar selalu unggul dalam bidang penjualan sehingga dapat memuaskan konsumen. Dari hasil observasi yang dilakukan bahwa tiap kecamatan belum semua menggunakan produk speedy. Untuk mengatasi masalah dalam menemukan pola strategi pemasaran yang lebih efisien dengan menganalisa pola data hasil penjualan speedy. Pencarian pola atau hubungan asosiatif dari data yang berskala besar sangat erat kaitannya dengan data mining. Data mining adalah serangkaian proses untuk menggali nilai tambah dari suatu kumpulan data berupa pengetahuan yang selama ini tidak diketahui secara manual. Association Rule (aturan asosiatif) adalah salah satu teknik utama dalam data mining dan merupakan bentuk paling umum dipakai dalam menemukan patern atau pola dari suatu kumpulan data. Salah satu algoritma yang dapat digunakan untuk menemukan association rule adalah algoritma apriori. Dari hasil Association Final pada proses analisis datamining menggunakan algoritma apriori maka dapat diketahui dengan dua tolak ukur, yaitu : support dan confidence. Support (nilai penunjang) adalah persentase kombinasi item tersebut dalam database, sedangkan confidence (nilai kepastian) adalah kuatnya hubungan antar-item dalam aturan asosiasi.

Kata Kunci : Patern, Speedy, Data Mining, Association Rule, Apriori

**The application of Data Mining Association Rule Using Apriori
Algorithm To Improve Sales and Deliver Recommendations Product
Marketing Speedy (Case Study at PT. Telkom Branch Wonogiri)**

MOCHAMAD YUSUF PRATAMA

Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 112201104201@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The amount of competition in the business world, especially in product sales requires a sales manager at PT. Telkom Branch Wonogiri should be able to determine the pattern of speedy product marketing strategy is more efficient to always excel in the field of sales so as to satisfy the consumer. From the observation that each district who do not all use the product speedy. To overcome the problem of finding a pattern of more efficient marketing strategies by analyzing data patterns speedy sales results. Search pattern or associative relationships of large-scale data is closely associated with data mining. Data mining is a series of processes to explore the added value of a data set in the form of knowledge that had been unknown manually. Association Rule (associative rule) is one of the main techniques in data mining and is the most common form used in the finding of patterns or patterns of a data set. One algorithm that can be used to find association rule is a priori algorithm. Final results of Association of the process analysis using data mining algorithms can be known a priori then the two benchmarks, namely: support and confidence. Support (support value) is the percentage of the combination of these items in the database, while confidence (value certainty) is the strong relationships between items in the rules of association.

Keyword : Patterns, Speedy, Data Mining, Association Rule, Apriori