

ABSTRAK

Terus bertambahnya data transaksi yang dialami oleh Toserba BORMA Cipadung menyebabkan semakin menumpuknya data tersebut, namun pemanfaatannya belum maksimal, hanya digunakan sebagai laporan penjualan saja.

Dengan menggunakan *Data mining* data tersebut dapat lebih dimaksimalkan pemanfaatannya yaitu dengan mencari informasi yang tersembunyi dalam data tersebut, yaitu pola beli konsumen dalam berbelanja berupa kebiasaan suatu produk dibeli bersama dengan produk apa. Informasi ini dapat dijadikan salah satu referensi bagi manajer dalam menentukan tata letak barang yang optimal sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis retail.

Teknik *Data Mining* yang digunakan adalah *Association Rule* yang mempunyai 2 parameter yaitu *support* dan *confident* dengan menerapkan *Algoritma Frequent Pattern Growth*. Hasil pencarian informasi dalam data transaksi BORMA dari tanggal 8 sampai dengan 9 April 2013 sebanyak 3.242 transaksi diperoleh informasi yaitu jika konsumen membeli **Asesoris Komputer**, maka akan membeli **ATK** dengan nilai *support* 4 % dan *confident* tertinggi yaitu **93%**, dan jika konsumen membeli **Mie Instan**, maka akan membeli **Susu Dalam Kemasan** dengan nilai *support* tertinggi yaitu **30%** dan nilai *confident* **33%**.

Kata kunci : *assosiation rule, confident, data mining, frequent pattern growth, support.*