

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Perancangan Ulang Tata Letak Pasar Tradisional Dengan Metode Market Basket
Analysis (Studi Kasus Pasar Sabtu Andalas, Kota Gorontalo)**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada :

Hari/Tanggal : Senin, 21 Januari 2019
Waktu : 13:00 s.d. Selesai

Dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh Sarjana Teknik (ST)

Dewan Penguji

1. Hasanuddin, ST., M.Si
NIP. 197609292006041004
2. Hendra Uloli, ST., MT
NIP. 198401152008121002
3. Tajuddin Abdillah, S.Kom. M.Cs
NIP. 197812082003121002
4. Idham Halid Lahay, ST, M.Sc
NIP. 197410222005011002
5. Ir. Stella Junus, ST., MT
NIP. 198301132008122003



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Teknik
Universitas Negeri Gorontalo**



Dr. Eng. Rifadli Bahsan, ST., MT
NIP. 197404032001121003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**Perancangan Ulang Tata Letak Pasar Tradisional Dengan Metode Market Basket
Analysis (Studi Kasus Pasar Sabtu Andalas, Kota Gorontalo)**

Oleh :

Joko Priyanto
561414029

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Pembimbing I



Idham Halid Lahay, ST, M.Sc
NIP. 197410222005011002

Pembimbing II



Ir. Stella Junus, ST., MT
NIP. 198301132008122003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Idham Halid Lahay, ST, M.Sc
197410222005011002

ABSTRAK

Keberadaan pasar tradisional di Indonesia memang masih belum dapat tergantikan oleh pasar modern. Hal ini dapat dicermati dari begitu padatnya lalu lintas atau populasi pelanggan yang melakukan transaksi di dalam pasar tradisional. Pasar tradisional terdapat masalah atau kekurangan yang membuat pengunjung kurang nyaman seperti letak pedagang yang kurang tertata sehingga karena tata letak yang kurang baik pembeli harus mengelilingi pasar dan terkadang ada barang dagangan yang kurang laku tidak terbeli. Pasar tradisional perlu adanya penataan kembali terkait dengan pembenahan dari masalah-masalah yang ada agar pasar tersebut dapat lebih layak dan nyaman untuk di kunjungi. Penelitian ini menggunakan pendekatan data mining, khususnya metode *Market Based Analysis* dengan Algoritma Apriori dalam memetakan hubungan asosiasi dari produk yang dibeli oleh pengunjung, dan kemudian dipetakan tata letak berjualan di dalam pasar yang lebih efektif dan efisien di dalam pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan/keterkaitan asosiasi antar kelompok dagang dan menentukan tata letak *layout*. Hasil dari penelitian menghasilkan empat prioritas yaitu prioritas pertama mutlak perlu untuk didekatkan yaitu kelompok dagang A dan B dengan nilai *confidence* 97.62 %. Prioritas kedua sangat perlu untuk didekatkan yaitu kelompok dagang AE, BE, BN, BE dan CE dengan nilai *confidence* < 90% - 80%. Prioritas ketiga perlu untuk didekatkan yaitu kelompok dagang BM, CK, ED, ID, EI, HI, HK dan IL dengan nilai *confidence* < 80% - 70%. Prioritas Keempat biasa/cukup perlu untuk didekatkan yaitu kelompok dagang A-H, A-I, A-K, A-L, B-H, B-I, B-K, B-L, B-S, C-L, D-H, E-H, E-K, E-L, F-H, F-K dan F-L dengan nilai *confidence* <70 - 50%.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, *Tata Letak kelompok dagang, Market Basket Analysis, ARC.*

ABSTRACT

The existence of a traditional market in Indonesia still cannot be replaced by the modern market. It can be observed from the heavy traffic or the customers who make the transaction in the traditional market. There are problem and weakness in the traditional market that makes the customers less comfortable, such as the location of traders is less organized that causes the customers have to go rounding the market and sometimes there are goods which are not selling well. The traditional market needs realignment regarding the existing problems so that the market can be more decent and comfortable to visit. This research uses data mining research, especially market-based analysis method with apriori algorithm to map the association relationship of the products bought by the buyers, and then the layout of sellers' location is more effective and efficient. This research aims to find out the association relationship between the trade group and the layout. Based on the result, there are four priorities: first priority that definitely needs to be brought closer is trade group A and B with a confidence value of 97.62%. The second priority that extremely needs to be brought closer is trade group AE, BE, BN, BE and CE with a confidence value of < 90% - 80%. The third priority that needs to be brought closer is trade group BM, CK, ED, ID, EI, HI, HK and IL with a confidence value of < 80% - 70%. The fourth priority that fairly needs to be brought closer is trade group A-H, A-I, A-K, A-L, B-H, B-I, B-K, B-L, B-S, C-L, D-H, E-H, E-K, E-L, F-H and F-L with a confidence value of < 70-50%.

Keywords: Traditional Market, Layout of Trade Group, Market Basket Analysis, ARC