

**RANCANGAN DESAIN DASHBOARD UNTUK  
SEGMENTASI RETAILER OPERATOR  
TELEKOMUNIKASI MENGGUNAKAN INDIKATOR  
RECENCY, FREQUENCY, MONETARY (RFM), (STUDI  
KASUS : PT.XYZ)**

**Nama Peneliti : Alief Hermawan**  
**NIM : 2024090004**  
**Dosen Pembimbing 1 : Elvira Mustikawati P. H., S.Si., M.Si.**  
**Dosen Pembimbing 2 : Fenny Fitriani S.Si., M.Si.**

**ABSTRAK**

PT XYZ memiliki beberapa program untuk menarik perhatian para pelanggan, namun program tersebut diimplementasikan kepada semua pelanggan tanpa adanya segmentasi sehingga program yang dijalankan tidak efektif dan efisien. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, salah satu solusi yang dapat digunakan adalah melakukan pendekatan pelanggan dengan cara menentukan segmentasi pelanggan. Segmentasi yang dilakukan menggunakan metode clustering K-Means dengan menerapkan Indikator RFM yang menggambarkan perilaku pelanggan dalam melakukan transaksi yang dikelompokkan sesuai segmen. 2. Dengan menggunakan metode Elbow, nilai K yang paling optimal untuk digunakan adalah 3, sehingga jumlah segmen yang dihasilkan pada proses clustering berjumlah 3 segmen, dimana segmen 2 merupakan segmen terbaik, dan segmen 1 merupakan segmen paling kurang maksimal, sedangkan segmen 3 merupakan segmen yang cukup baik dilihat dari *recency*, *frequency*, dan *monetary* yang artinya perlunya peningkatan perlakuan untuk meningkatkan performance dari retailer yang ada di segmen 1, sehingga diharapkan perlakuan khusus.

**KATA KUNCI** : Segmentasi, Seluler, K-Means, RFM.



**RETAILER SEGMENTATION OF  
TELECOMMUNICATION OPERATOR USING K-MEANS  
METHOD AND RECENCY, FREQUENCY, MONETARY  
(RFM) INDICATOR, (CASE STUDY: PT. XYZ)**

**Name** : Alief Hermawan  
**NIM** : 202409004  
**Supervisor 1** : Elvira Mustikawati P. H., S.Si., M.Si.  
**Supervisor 2** : Fenny Fitriani S.Si., M.Si.

**ABSTRACT**

*PT XYZ has several programs to attract the attention of customers, but these programs are implemented for all customers without any segmentation so that the programs implemented are not effective and efficient. To solve these problems, one of the solutions that can be used is to approach customers by determining customer segmentation. Segmentation is carried out using the K-Means clustering method by applying RFM Indicators which describe customer behavior in making transactions grouped according to segments. 2. By using the Elbow method, the most optimal K value to use is 3, so the number of segments produced in the clustering process is 3 segments, where segment 2 is the best segment, and segment 1 is the least optimal segment, while segment 3 is the segment which is quite good in terms of recency, frequency, and monetary, which means that it is necessary to increase treatment to improve the performance of retailers in segment 1, so that special treatment is expected.*

**Keywords** : Clustering, K-Means, RFM, Customer Segmentation.

