

INTISARI

Lifemedia merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan akses internet dan jaringan telekomunikasi untuk masyarakat, pemerintah daerah, kecamatan, desa, institusi pendidikan dan komersial. Segmentasi pelanggan diperlukan untuk pengelompokan pelanggan berdasarkan karakteristik yang sama serta untuk mengetahui perilaku konsumen sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk mendorong penjualan. Model RFM yakni variabel Recency, Frequency, dan Monetary dapat mendeskripsikan profil atau karakteristik setiap segmen. Salah satu metode yang dapat dipergunakan untuk melakukan pengelompokan yaitu K-Means, yang berfungsi untuk mengelompokkan data kedalam bentuk satu atau lebih cluster/kelompok. K-Means merupakan algoritma clustering dengan metode partisi yang berbasis titik pusat (centroid). Hasil grafik dari metode Elbow yang digunakan sebagai acuan memilih *cluster* paling optimal dalam penerapan metode K-Means. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini berjumlah 1418 data dalam rentan waktu antara 2019 bulan November-2023 bulan April. Pada penelitian ini diperoleh *cluster* paling optimal adalah 3 *cluster*. Nilai SSE yang diperoleh untuk jumlah $K=3$ adalah 21,48038. Dengan analisis menggunakan model RFM maka *cluster* paling menguntungkan adalah *cluster* ke-2 dengan 382 anggota.

Kata Kunci : Segmentasi pelanggan, *K-Means clustering*, RFM