

ABSTRAK

Nama : Adee Purnama Jaya
NIM : 41513110088
Pembimbing TA : Adi Hartanto, MT, S.Kom
Judul : Analisis Segmentasi Agen Penjualan Menggunakan Model RFM Dan Algoritma *K-means* (Studi Kasus : PT. Kereta Api Indonesia)

Abstrak

Agen penjualan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pemasaran. Setiap agen yang berbeda memiliki nilai yang berbeda pula. Pengetahuan tentang karakteristik setiap agen yang diperlukan untuk mendukung keputusan yang diperlukan strategi bisnis perusahaan juga mengatur hubungan yang baik antara perusahaan dan agennya. Segmentasi agen penjualan dapat Segasi agen penjualan, perusahaan diharapkan dapat meminta kebijakan yang tepat. Informasi tentang segmentasi agen penjualan dapat diperoleh dengan menggunakan teknik Penambangan Data dan metode RFM (Kekinian, Frekuensi, Moneter). Teknik Data Mining K-means Clustering digunakan untuk segmentasi agen penjualan. RFM adalah model yang digunakan untuk membedakan agen berdasarkan 3 variabel, yaitu kebaruan, frekuensi, dan moneter. Dari hasil penerapan model k-means dan agen RFM penjualan dibagi menjadi 3 segmen dengan karakteristik yang berbeda. Segmen ketiga tersebut yaitu 54,17% agen baru atau agen yang jarang terjadi transaksi dan tidak lama terjadi transaksi lagi, 35,42% agen penjualan terbaik dan merupakan agen yang "bernilai" untuk perusahaan, serta 10,42% agen penjualan yang semakin meningkat.

Kata kunci: Data Mining, *k-means*, *Clustering*, RFM.