**PENERAPAN DATA MINING UNTUK MENGELOMPOKAN DATA PELANGGAN AGEN LION PARCEL DENGAN METODE *FUZZY C-MEANS***

**ABSTRAK**

Hanun Fitriani Latuconsina

1500018211

Pelanggan merupakan bagian terpenting bagi sebuah perusahaan. Hal ini penting bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang industri logistik khususnya jasa pengiriman barang untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan dilakukan secara efektif. Salah satu jasa pengiriman barang yaitu Lion parcel yang menyadari akan pentingnya hubungan dengan pelanggan yang loyal demi keberhasilan bisnisnya. Lion Parcel mempunyai banyak agen yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, salah satunya di Yogyakarta. Pada agen tersebut masih mengelola data pelanggan yang sering melakukan pengiriman barang dengan dicatat secara manual serta sulit dalam mengelompokan pelanggan yang loyal maupun tidak loyal dengan jumlah data yang banyak tidak memungkinkan untuk dilakukan secara manual oleh manusia.

Dengan menerapkan tahapan data mining, maka agen jasa pengiriman tersebut dapat melakukan pengelompokan pelanggan. Metode pengelompokan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Fuzzy C-Means* untuk mengelompokan pelanggan yang sangat loyal, cukup loyal, kurang loyal dan tidak loyal berdasarkan 4 variabel yang ditentukan. *Fuzzy C-Means* merupakan salah satu teknik pengelompokan data yg mana keberadaan tiap titik data dalam suatu kelompok ditentukan oleh derajat keanggotaan.

Hasil akhir dari penelitian dalam mengelompokan data pelanggan agen Lion Parcel dari bulan Maret hingga Agustus 2018 dengan menggunakan metode *Fuzzy C-Means* memiliki tingkat keakuratan.

Kata kunci:Data mining, *Clustering*, Pelanggan, *Fuzzy C-Means*