

**ANALISIS SEGMENTASI PELANGGAN PRODUK HAIRCARE  
DENGAN METODE RFM PADA DATA DISTRIBUSI  
PT TRIPLE ONE GLOBAL**

**PRAKTEK KERJA LAPANGAN**



**OLEH :**

**HIKMATA TARTILA**

**NPM.22083010082**

**PROGRAM STUDI SAINS DATA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2025**

**ANALISIS SEGMENTASI PELANGGAN PRODUK HAIRCARE  
DENGAN METODE RFM PADA DATA DISTRIBUSI  
PT TRIPLE ONE GLOBAL**

**PRAKTEK KERJA LAPANGAN**



**OLEH :  
HIKMATA TARTILA**

**NPM.22083010082**

**PROGRAM STUDI SAINS DATA  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2025**

**LEMBAR PENGESAHAN  
PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

(Semester: 6 TA: 2024/2025)

**Judul : ANALISIS SEGMENTASI PELANGGAN PRODUK HAIRCARE  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE RFM PADA DATA  
DISTRIBUSI PT TRIPLE ONE GLOBAL**

**Oleh : HIKMATA TARTILA (NPM. 22083010082)**

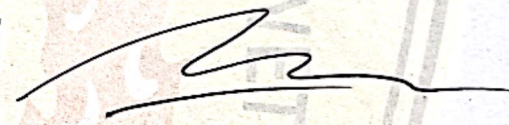
Menyetujui,

Pembimbing Lapangan

Dosen Pembimbing

  
**TRIPLE ONE**  
GLOBAL


Andrew A. Nangoy.  
Head of IT&Technology

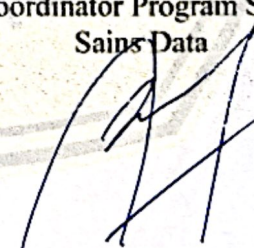
  
Andri Fauzan Adziima S.Si, M.Si  
NIP. 199502122024061001

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ilmu Komputer

Koordinator Program Studi  
Sains Data

  
Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, M.T.  
NIP 19681126 199403 2 001

  
Dr. Eng. Ir. Dwi Arman Prasetya,  
S.T., MT., IPU., ASEAN Eng.  
NIP. 19801205 2005011 002

## SURAT PERNYATAAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HIKMATA TARTILA

NPM : 22083010082

Menyatakan bahwa kegiatan PKL yang kami lakukan memang benar-benar telah kami lakukan di perusahaan/instansi:

Nama Perusahaan/Instansi : PT Triple One Global

Alamat : Ruko Section One, Jl. rungkut Indsutri Raya No. 1 Blok F-11, Kendangsari, Kec. Tenggilis Mejoyo, Surabaya

Valid, dan perusahaan/instansi tempat kami PKL benar adanya dan dapat dibuktikan kebenarannya. Jika kami menyalahi surat pernyataan yang kami buat maka kami siap menepatkan konsekuensi akademik maupun non-akademik. Berikut surat pernyataan kami buat sebagai syarat laporan PKL di prodi Sains Data,FIK, UPN "Veteran" Jawa Timur.

Hormat Saya,



HIKMATA TARTILA

NPM. 22083010082

Judul : Analisis Segmentasi Pelanggan Produk Haircare dengan Metode RFM pada Data Distribusi PT Triple One Global  
Studi Kasus : Segmentasi Perilaku Pelanggan Produk Haircare  
Penulis : Hikmata Tartila (NPM. 22083010082)  
Pembimbing : Andri Fauzan Adziima S.Si, M.Si.

---

## ABSTRAK

Dalam era digital, pemanfaatan data pelanggan menjadi salah satu aspek krusial dalam strategi bisnis, termasuk dalam sektor distribusi produk konsumen. PT Triple One Global, sebagai penyedia layanan data dan teknologi, menginisiasi segmentasi pelanggan untuk produk kategori haircare guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mitra distribusinya. Tujuan dari proyek ini adalah mengelompokkan pelanggan berdasarkan perilaku pembelian dengan menggunakan metode Recency, Frequency, Monetary (RFM) sebagai dasar segmentasi. Analisis dilakukan terhadap lebih dari 17.000 data transaksi pelanggan dari mitra distribusi selama periode September 2024 hingga Maret 2025.

Metodologi yang digunakan mencakup pengolahan data transaksi, perhitungan skor RFM, serta pengelompokan pelanggan ke dalam lima segmen utama, yaitu *Best Customer*, *Loyal Customer*, *Big Spender*, *At Risk*, dan *Need Attention*. Proyek ini juga mengintegrasikan visualisasi interaktif menggunakan Power BI untuk memudahkan pemantauan dan pengambilan keputusan oleh stakeholder. Hasilnya menunjukkan bahwa 63,56% pelanggan termasuk ke dalam segmen yang berisiko rendah keterlibatan dan membutuhkan strategi retensi khusus, sedangkan sisanya merupakan pelanggan bernilai tinggi yang perlu dipertahankan dengan program loyalitas.

Dampak dari segmentasi ini cukup signifikan dalam membantu mitra distribusi PT Triple One Global memahami perilaku pelanggan secara lebih mendalam, merancang pendekatan pemasaran yang tepat sasaran, dan meningkatkan efisiensi kampanye berbasis data. Ke depan, disarankan agar perusahaan terus mengembangkan integrasi data lintas produk serta mengeksplorasi metode segmentasi lanjutan untuk memperkuat daya saing berbasis analitik.

**Kata kunci:** RFM, segmentasi pelanggan, perilaku konsumen

Judul : Analisis Segmentasi Pelanggan Produk Haircare dengan Metode RFM pada Data Distribusi PT Triple One Global  
Studi Kasus : Segmentasi Perilaku Pelanggan Produk Haircare  
Penulis : Hikmata Tartila (NPM. 22083010082)  
Pembimbing : Andri Fauzan Adziima S.Si, M.Si.

---

## ABSTRACT

In the digital era, customer data utilization has become a crucial aspect of business strategy, including in the distribution of consumer products. PT Triple One Global, as a data and technology service provider, initiated customer segmentation for haircare products to improve the effectiveness of marketing strategies among its distribution partners. This project aims to classify customers based on purchasing behavior using the Recency, Frequency, and Monetary (RFM) method as the foundation for segmentation. The analysis was conducted on more than 17,000 customer transaction records from distribution partners over the period of September 2024 to March 2025.

The methodology includes transaction data processing, RFM scoring, and categorization of customers into five main segments: Best Customer, Loyal Customer, Big Spender, At Risk, and Need Attention. This project also integrates interactive visualizations using Power BI to support real-time monitoring and informed decision-making for stakeholders. The results show that 63.56% of customers fall into low-engagement segments, requiring targeted retention strategies, while the remaining 36% are high-value customers who should be retained through loyalty programs.

This segmentation has a significant impact in helping PT Triple One Global's distribution partners gain deeper insights into customer behavior, design more targeted marketing approaches, and increase the efficiency of data-driven campaigns. Moving forward, it is recommended that the company continues to develop cross-product data integration and explore advanced segmentation techniques to enhance its competitiveness through analytics.

**Keywords:** RFM, customer segmentation, consumer behavior

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan laporan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berjudul “Analisis Segmentasi Pelanggan Produk Haircare dengan Metode RFM pada Data Distribusi PT Triple One Global.” Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan magang mahasiswa yang dilaksanakan di PT Triple One Global sejak tanggal 12 Februari 2025 hingga 20 Juni 2025. Laporan ini berisi hasil kegiatan yang telah Penulis lakukan selama masa PKL, yang difokuskan pada proses analisis data transaksi pelanggan dan segmentasinya menggunakan metode Recency, Frequency, Monetary (RFM). Harapannya, hasil dari analisis ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam memahami perilaku pelanggan serta mendukung strategi pemasaran berbasis data

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penulisan. Namun demikian, Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk menyelesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, Penulis berharap laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pelaksanaan PKL serta menjadi bentuk pertanggungjawaban yang baik atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 26 Juni 2025

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada segenap pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kesempatan berharga selama masa PKL ini. Setiap arahan dan nasihat yang diberikan, telah menjadi landasan yang kuat dalam pengalaman ini. Terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kasih sayang.
2. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Novirina Hendrasarie, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr.Eng. Ir. Dwi Arman Prasetya, S.T., M.T., IPU selaku Koordinator Program Studi Sains Data Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Andri Fauzan Adziima S.Si, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Magang Mandiri.
6. Bapak Andrew A. Nangoy, selaku Head of IT Operational dan Pembimbing Lapangan selama program magang di PT Triple One Global Group Surabaya.
7. Serta rekan - rekan magang yang telah memberikan semangat positif juga rekan diskusi selama magang berlangsung.
8. Serta pihak - pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan penulisan kerja praktek ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR SIMBOL.....</b>	<b>vii</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar belakang.....	2
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Praktek Kerja Lapangan.....	5
1.4. Manfaat/Kegunaan.....	6
<b>BAB II GAMBARAN UMUM TEMPAT PKL.....</b>	<b>9</b>
1.1. Sejarah Perusahaan/Instansi.....	9
1.2. Struktur Organisasi.....	10
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	14
2.4 Kegiatan Produksi.....	15
2.4.1 Unit Usaha & Layanan Jasa.....	15
2.4.2 Produk Unggulan Monster Group.....	16
2.4.3 Unit Produksi dan Dukungan Operasional.....	17
<b>BAB III PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>19</b>
3.1. Waktu dan Tempat PKL.....	19
3.2. Pembahasan.....	20
3.2.1. Tinjauan Pustaka.....	21
3.2.2. Pembahasan PKL.....	23

<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
4.1. Kesimpulan.....	61
4.2. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>
1. Letter of Acceptance (LoA) Kegiatan PKL.....	65
2. Logbook Kegiatan PKL.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Triple One Global Group.....	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Triple One Global.....	11
Gambar 3.1 Workflow Pengerjaan Project.....	23
Gambar 3.2 Distribusi harga.....	33
Gambar 3.3 Check outliers Qty.....	34
Gambar 3.4 Check outliers Price.....	34
Gambar 3.5 Check outliers Total.....	35
Gambar 3.6 Check correlation.....	36
Gambar 3.7 Daily sales dashboard.....	44
Gambar 3.8 Overview Penjualan.....	45
Gambar 3.9 Penjualan Bulanan.....	45
Gambar 3.10 Segmentasi Pelanggan.....	47
Gambar 3.11 Performa Bulanan.....	48
Gambar 3.12 Top 3 Pelanggan Berdasarkan Profit & Volume.....	49
Gambar 3.13 Waktu Pembelian.....	51
Gambar 3.14 Top Kota dan Brand Terlaris.....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Dataset transaksi penjualan.....	26
Tabel 3.2 Check missing value.....	27
Tabel 3.3 Karakteristik dataset.....	32
Tabel 3.4 Data aggregation.....	41
Tabel 3.5 Check missing dates.....	42

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Letter of Acceptance (LoA) Kegiatan PKL	65
Lampiran 2. Logbook Kegiatan PKL	66

## DAFTAR SIMBOL

<b>Keterangan</b>	<b>Satuan</b>	<b>Simbol</b>
Menunjukkan kesamaan antara dua nilai atau ekspresi.	Sama Dengan	=
Menunjukkan penjumlahan antara dua nilai atau ekspresi.	Tambah	+
Menunjukkan pengurangan antara dua nilai atau ekspresi.	Kurang	-
Menunjukkan perkalian antara dua nilai atau ekspresi.	Kali	×
Menunjukkan pembagian antara dua nilai atau ekspresi.	Bagi	/
Menyatakan persentase dari nilai tertentu.	Persen	%

## **GLOSARIUM**

<b>PKL</b>	Praktek Kerja Lapangan
<b>RFM</b>	Recency, Frequency, Monetary
<b>EDA</b>	Exploratory Data Analysis
<b>BI</b>	Business Intelligence
<b>MBKM</b>	Merdeka Belajar Kampus Merdeka