# Abstrak

Klasterisasi merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan data mining. Kebanyakan algoritma klasterisasi mengolah data-data yang bersifat tegas (*crisp*). Kondisi ini seringkali kurang sesuai jika diterapkan terhadap beberapa kasus di dunia nyata. Dalam pembentukan profil pelanggan misalnya, seorang pelanggan, dilihat dari aktivitas pemanggilan yang dilakukan, seringkali dikategorikan hanya sebagai pelanggan residensial atau bisnis saja. Padahal pada kenyataannya, seorang pelanggan dapat menjadi anggota dari kedua kategori tersebut. Karena itulah, disini akan coba diterapkan teknik pendekatan fuzzy untuk mengklasterkan data-data pelanggan perusahaan telekomunikasi sehingga dapat dilihat bahwa seorang pelanggan dapat menjadi anggota dari beberapa klaster yang ada dengan nilai keanggotaan yang berbeda-beda. Algoritma *fuzzy clustering* yang digunakan adalah algoritma Fuzzy C-Medoids (FCMdd) yang menggunakan data sebagai pusat (*medoid*) dari suatu klaster.

**Kata kunci**: klasterisasi, *fuzzy clustering, fuzzy c-medoids*, profil pelanggan