

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan di seluruh dunia menghadapi peningkatan kompetisi bisnis baik di pasar domestik maupun internasional. Peningkatan persaingan bisnis ini didorong oleh meningkatnya ekspektasi konsumen, di sisi lain, membuat perusahaan mulai mengalihkan fokus perusahaan menjadi organisasi yang berpusat pada pelanggan. PT. Telekomunikasi Indonesia International merupakan salah satu perusahaan yang mulai mengadopsi pendekatan *customer-centric* melalui implementasi Telin's Customer Journey Map, perubahan pada HubSpot Workflow, dan berbagai inisiatif pengalaman pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi respons.

Penelitian ini berfokus pada peningkatan pengalaman pelanggan dengan menganalisis dan mengoptimalkan proses yang sudah ada di *Explore stage*. Dengan menggunakan metode Lean Six Sigma DMAIC, penelitian ini bertujuan untuk menyederhanakan operasional, meminimalkan error, dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui analisis umpan balik pelanggan serta wawancara dengan pemangku kepentingan terkait. Selain itu, alat analisis seperti SIPOC diagram, *Swimlane* diagram, dan *Fishbone* diagram digunakan untuk mengidentifikasi hambatan proses dari perspektif pelanggan dan karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan dua solusi utama: *HubSpot Track Activity Dashboard* untuk meningkatkan visibilitas alur kerja dan *CRM Integration* untuk mengurangi ketidakefisienan system melalui optimialisasi fitur yang lebih baik. Penelitian ini berkontribusi dalam mendukung upaya PT. Telekomunikasi Indonesia International dalam misi yang berpusat pada pelanggan dan strategi keberlanjutan bisnis jangka panjang dalam menghadapi lanskap digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: *Lean Six Sigma, Business Process, DMAIC, Customer Experience*