

Ringkasan Eksekutif

LOCALFEST merupakan sebuah *event* yang dilaksanakan oleh USS Networks setiap tahunnya sejak tahun 2013. *Event* ini dibuat dengan konsep festival dan *bazar* produk lokal seperti *fashion pop up store*, kuliner, pameran kesenian, dan musik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi aplikatif dari permasalahan prioritas yang terjadi di pelaksanaan LOCALFEST 2022. Adapun permasalahan prioritas yang terjadi adalah “Jumlah pembelian yang dilakukan oleh *visitor* di tenant LOCALFEST 2022 tidak sesuai harapan KPI yang dibuat”. Tim penulis lalu melakukan penelitian terhadap permasalahan ini dengan menggunakan teori DMAIC, *Boothscape in Exhibition*, *Event Marketing*, dan *Event Experience*. Untuk mendukung penelitian ini, tim penulis menggunakan pendekatan dengan metodologi kualitatif. Adapun data yang digunakan adalah data yang diambil dari *evaluation form* yang diisi oleh *tenant* setiap harinya, data wawancara yang dilakukan dengan tim internal dan juga eksternal perusahaan, serta dari jurnal pendukung. Dengan menggunakan data yang ada, tim penulis kemudian mengusulkan untuk memberikan target perbaikan untuk meningkatkan performa *event* LOCALFEST selanjutnya, yaitu dengan meningkatkan GMV *sales* tenant LOCALFEST 2023 sebanyak 30% selama 3 bulan dengan menaikkan intensitas dan kuantitas belanja pengunjung. Diharapkan dengan adanya alternatif solusi ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan USS Networks.

Executive Summary

LOCALFEST is an annual event held by USS Networks since 2013. This event was held with the concept of a local bazaar and festival such as fashion pop-up stores, food & beverages, art exhibitions and music. The main purpose of this research is to provide applicable solutions to priority problems that occur in the implementation of LOCALFEST 2022. The main problem that occurs is that the number of purchases made by visitors at LOCALFEST 2022 tenants is far from the KPI expectations. The team of authors then researched this problem using theories such as DMAIC, Boothscape in Exhibition, Event Marketing and Event Experience. In order to support this research, the team of authors used a qualitative methodological approach. The data used are data taken from evaluation forms which are filled out by tenants every day, interview data conducted with the company's internal and external teams, as well as from supporting journals. Using existing data, the writing team then proposes to provide applicative improvement targets to improve the performance of the next LOCALFEST event by increasing the GMV of LOCALFEST 2023 of tenant sales by 30% for 3 months by increasing the intensity and quantity of visitors' spending. It is expected that this alternative solution will have a positive impact on the USS Networks company.