

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2019 is an international furniture exhibition organized by Dyandra Promosindo. Every year the IFEX exhibition has increased significantly, both in terms of total transactions at the exhibition and the number of buyers who came to the exhibition. However, until now IFEX has not received brand sponsorship to support the exhibition. Therefore, this research is intended to further investigate the issue of no brand sponsorship support at IFEX 2019. The research approach that will be used is the Six Sigma DMAIC tool and the EMBOK concept. The problem identification technique used is in-depth interviews with IFEX internal parties which will be further analyzed using Rich Picture and Severity Urgency Matrix. Based on the results of the analysis, there is a priority issue, namely there is no brand sponsorship support. To get a solution, practitioners first look for the root cause using the Fishbone Diagram and then continue with the Interrelation Diagram. The root cause found is that the IFEX sponsor team does not understand how to convince sponsors to be interested in B2B events. From the analysis above, there are 3 alternative solutions that will be further selected using a decision diagram, and produce the best solution called the Know Better IFEX program. This program is expected to address the root causes of the existing priority problems.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Indonesia International Furniture Expo (IFEX) 2019 merupakan pameran furniture berskala internasional yang diselenggarakan oleh Dyandra Promosindo. Setiap tahunnya pameran IFEX mengalami peningkatan yang cukup baik dari total transaksi di pameran maupun jumlah *buyers* yang datang ke pameran. Namun sampai saat ini IFEX belum mendapatkan *brand sponsorship* untuk mendukung pameran. Maka dari itu penelitian ini ditujukan untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah tidak terdapat dukungan *brand sponsorship* di IFEX 2019. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah alat *Six Sigma DMAIC* dan menggunakan konsep EMBOK. Teknik identifikasi masalah yang digunakan adalah *in-depth interview* dengan pihak internal IFEX yang akan dianalisis lebih lanjut menggunakan Rich Picture dan Severity Urgency Matrix. Berdasarkan hasil analisis terdapat masalah prioritas yaitu tidak terdapat dukungan *brand sponsorship*. Untuk mendapatkan solusi, praktisi terlebih dahulu mencari akar penyebab menggunakan Fishbone Diagram dan dilanjutkan dengan Interrelation Diagram. Akar penyebab yang didapatkan yaitu tim sponsor IFEX belum mengerti cara untuk meyakinkan sponsor untuk tertarik dengan event B2B. Dari analisis diatas terdapat 3 alternatif solusi yang akan diseleksi lebih lanjut menggunakan diagram keputusan, dan menghasilkan solusi terbaik yaitu program Know Better IFEX. Pada program ini diharapkan dapat mengatasi akar penyebab dari masalah prioritas yang ada.