

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Trade Expo Indonesia (TEI) merupakan pameran B2B (*business to business*) terbesar di Indonesia yang mencakup perdagangan, pariwisata, dan investasi yang dimana memiliki tujuan untuk mempercepat pemulihan ekspor di masa Pandemi Covid-19, dalam penyelenggaraan trade expo di masa new normal yang dimana *Trade Expo Indonesia 2022* berkomitmen untuk menghidupkan *kembali* sektor perdagangan dan *ekspor* Indonesia yang dimana akan berdampak positif bagi ekonomi global sehingga pada tahun ini agar bisa menjangkau lebih banyak orang dan bisa langsung berinteraksi dengan para *eksportir* memiliki format baru yang dimana pada tahun lalu diselenggarakan secara *online* pada tahun ini diselenggarakan *hybrid* yang dimana *offline* diselenggarakan di ICE BSD (Tangerang Selatan) pada tanggal 19 -23 Oktober 2022 dan *online* yang dapat di akses bersama melalui website <https://www.tradeexpoindonesia.com> mulai dari tanggal 19 oktober – 19 desember ini mempunyai strategi komunikasi diantaranya : *word of mouth*, media sosial, media cetak, *telemarketing* dan *advertising*. Semua *Event* pasti ada plus minus nya. *Trade Expo Indonesia 2022* memiliki kelebihan dan kekurangan seperti adanya 3 acara didalam 1 venue, mendatangkan orang – orang penting, penempatan *rundown* yang kurang tepat, waktu penyelenggaraan yang sangat pendek, media cetak kurang tersebar dan kurang *eye catching* dsb serta dengan adanya hambatan -hambatan dan kendala yang ada seperti terhambat karena kurang nya anggaran dana, proses approval dan birokrasi namun *Trade Expo Indonesia 2022* mampu mencetak transaksi terbanyak dalam 5 tahun terakhir senilai *15 miliar dollar* walaupun pengunjung yang datang mengalami penurunan.

B. SARAN

Penyelenggaraan *Trade Expo Indonesia 2022* sudah dapat dikatakan dengan baik namun sangat disayangkan untuk media cetak nya kurang

menyebarkan atau kurang *eye catching* agar lebih mudah terlihat mungkin bisa memasang media cetak di sekitar stasiun, maupun sepanjang jalan tol yang menuju ICE BSD atau bisa juga dengan cara menyewa iklan *LED* yang menggunakan mobil atau motor yang berkeliling sehingga makin banyak orang yang melihat, dan lebih *interaktif* lagi di media sosial. Selain itu juga mungkin bisa mengajak sekolah- sekolah atau universitas yang memiliki peminatan bisnis terlebih yang memiliki *concern* untuk ekspor- impor agar bisa sama- sama belajar tentang dunia *eksportir*, setiap *stand* diwajibkan membuat konten tentang *Trade Expo Indonesia 2022* lalu di *upload* di Sosial Media, setiap *exhibitor* dibagikan sticker *Trade Expo Indonesia 2022* yang bisa di tempel di mobil/ dimotor. panitia *Trade Expo Indonesia 2022* membuat tim khusus untuk kasih arahan tentang *rundown* acara hari ini dan tentang pameran *hybrid*, membuat *instastory Q&A* (tanya jawab) setiap hari dari h-2 sampai acara selesai agar mengetahui apa yang menjadi kendala maupun keluhan para pengunjung, penyelenggara membuat tim khusus untuk wawancara random kepada pengunjung meminta kesan dan pesan tentang TEI 2022 lalu di upload di *Instagram*, membuat *game* seperti setiap pengunjung wajib mengunjungi stand di Kategori A berapa, dikategori B berapa jika pengunjung memenuhi target maka dikasih hadiah berupa apa agar setiap stand bisa hidup dan banyak yang mengunjungi stand, mengajak para *exhibitor* wajib untuk membagikan dan memberitahukan tentang acara TEI hingga membagikan *rundown* nya di media sosial usaha nya agar makin tersebar luas, mengadakan *quiz* yang sekaligus mengedukasi tentang TEI 2022 dengan cara menjawab *quiz* lalu *follow* dan *like* media sosial TEI 2022, memberikan *treatment* khusus bagi yang sudah pernah berkunjung TEI pada di tahun sebelumnya dan datang lagi ditahun berikutnya, agar acaranya tidak berkesan tertumpuk dan membuat fokus pengunjung terpecah alangkah lebih baik dibuat seperti sesi seperti sesi 1 ada acara A,B,C sesi 2 acara A,B,C dan lain sebagainya jadi dibuat *bundle* dan para pengunjung bisa memilih acara yang sesuai dengan mereka suka.