

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pameran Franchise & License Expo Indonesia merupakan pameran waralaba pertama di Indonesia. Telah berjalan selama 21 tahun, Pameran Franchise & License Expo Indonesia tidak terlepas dari adanya permasalahan seperti penurunan jumlah penjualan tiket pada setiap edisi. Melihat hal ini, penulis membuat target perbaikan berupa peningkatan jumlah penjualan tiket sebanyak 10% di Pameran Franchise & License Expo Indonesia (FLEI) Edisi ke-22 dengan basis teori dari *Promotion Mix*. Masalah ini harus segera dikerjakan karena dapat mempengaruhi banyak aspek dalam menjalankan pameran tersebut meliputi nilai jual *booth* terhadap *exhibitor* dan pastinya mempengaruhi *revenue*. Setelah melewati tahap pembuatan *fishbone diagram* dan *interrelationship diagram*, telah ditemukan bahwa akar penyebab dari masalah yang diambil adalah tidak mengikuti *trend* dalam menyusun strategi periklanan. Akar penyebab tersebut dapat diselesaikan dengan alternatif solusi yang sudah dibuat oleh penulis yakni Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram dan TikTok yang sudah berlandaskan teori *Promotion Mix* dengan tambahan Teori *Content Ideation & Planning*, *Content Creation*, *Content Distribution*, Teori *Content Amplification*, dan Teori *Three Stages of Trade Show* untuk memperkuat basis dan bisa menaikkan penjualan tiket Pameran Franchise & License Expo Indonesia. Untuk menjalankan alternatif solusi yang dipilih membutuhkan biaya sebesar Rp 18.460.000 dan bisa menaikkan penjualan tiket sebesar 1.214 tiket. Dari perhitungan *Benefit Cost Ratio (BCR)* menghasilkan 394%, sehingga dapat diartikan bahwa untuk setiap Rp 1 yang dikeluarkan oleh perusahaan akan mendapatkan *benefit* sebesar 3,94 kali.

EXECUTIVE SUMMARY

Franchise & License Expo Indonesia is the first franchise trade show in Indonesia. Running for 21 years, Franchise & License Expo Indonesia cannot be separated by the shortcomings such as declining number of ticket sales on every edition. By looking and analyzing this problem, it is decided that the target is to increase the number of ticket sales on Franchise & License Expo Indonesia (FLEI) 22nd Edition by 10% using the theory of Promotion Mix. This problem must be addressed promptly as it can affect many aspects of running the exhibition, including the booth value to exhibitors and, of course, revenue. After going through the process of creating a fishbone diagram and an interrelationship diagram, it has been found that the root cause of the problem is not following trends in advertising strategy development. This root cause can be addressed with alternative solutions already developed by the author, namely Optimization of Instagram and TikTok Social Media Usage based on the Promotion Mix theory with the addition of Content Ideation & Planning, Content Creation, Content Distribution, Content Amplification, and Three Stages of Trade Show to strengthen the basis and potentially increase ticket sales at the Franchise & License Expo Indonesia Exhibition. Implementing the chosen alternative solution requires a cost of Rp 18.460.000 and can increase ticket sales by 1.214 tickets. From the Benefit-Cost Ratio (BCR) calculation, which results in 394%, it can be interpreted that for every Rp 1 spent by the company, it will receive a benefit of 3.94 times that amount.