

B. Pengelolaan

Manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabungkan menjadi kata kerja *managere* diterjemahkan kedalam Bahasa Inggris dalam bentuk kerja *to manage*, dengan kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan

⁷ *Ibid.*, 152.

Marry Perker Follet mendefinisikan manajemen atau pengelolaan sebagai seni melaksanakan segala sesuatu melalui manusia. secara fungsional, manajemen atau pengelolaan bermakna kegiatan pengukuran suatu jumlah secara berkala dan melakukan perubahan rencana awal, atau suatu kumpulan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu, dengan atau tanpa rencana. Berlandaskan prespektif tersebut seorang Prancis, henri Fayol, menetapkan bahwa manajemen atau pengelolaan mencakup lima fungsi, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), memimpin (*leading*), mengkoordinasi (*coordinating*), dan pengendalian (*controlling*).¹⁰ Banyak sekali fungsi manajemen dan peneliti disini mengangkat empat fungsi manajemen atau pengelolaan yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

a. Perencanaan (*planning*)

1) Pengertian perencanaan

¹⁰ Jan Hoesada, *Taksonomi Ilmu Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2013), 52.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang disebut perencanaan ialah kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan. Dari definisi ini perencanaan mengandung unsur-unsur (1) sejumlah kegiatan yang ditetapkan sebelumnya, (2) adanya proses, (3) hasil yang ingin dicapai, dan (4) menyangkut masa depan dan waktu tertentu.¹¹

perencanaan bertujuan untuk:

- Standar pengawasan, yaitu mencocokkan pelaksanaan dengan perencanaannya.
- Mengetahui kapan pelaksanaanya dan selesainya suatu kegiatan.
- Mengetahui siapaaja yang terlibat (struktur organisasinya), baik kualifikasinya maupun kuantitasnya.

[illegible]

- b) Pertanyaan “Di mana”. Usaha mencari dan menemukan jawaban terhadap pertanyaan “di mana” untuk kemudian diputuskan, berkaitan dengan pemanfaatan lokasi tempat berbagai kegiatan akan berlangsung.
- c) Pertanyaan “Bilamana”. Telah umum diketahui bahwa salah satu ciri penting yang perlu dimiliki oleh seorang manajer adalah kemampuannya untuk memilih waktu yang tepat untuk melakukan hal-hal tertentu.
- d) Pertanyaan “Bagaimana”. Dalam satu rencana perlu terlihat dengan jelas jawaban terhadap pertanyaan bagaimana cara orang-orang dan berbagai satuan kerja dalam organisasi menyelenggarakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya untuk menyelesaikannya.
- e) Pertanyaan “Siapa”. Kiranya tidak akan terdapat kesukaran untuk menerima pendapat bahwa bentuk, sifat, dan jenis jawaban terhadap pertanyaan “siapa” akan sangat dominan peranannya dalam merumuskan satu rencana yang baik.
- f) Pertanyaan “Mengapa”. Menanyakan pertanyaan “mengapa” berarti berusaha menemukan pembenaran yang meyakinkan tentang jawaban-jawaban yang diberikan terhadap pertanyaan lainnya dalam proses perencanaan. Artinya pertanyaan “mengapa” ditujukan kepada jawaban yang diberikan terhadap pertanyaan apa, di mana, bilamana, bagaimana, dan siapa.

- d) Untuk menambah daya tarik *open house* biasanya dilengkapi dengan acara pendukung seperti panggung rakyat untuk pameran yang diadakan di *out door*.
- e) Promosi yang dilakukan dimedia massa (media cetak maupun media elektronik) maupun *below the line* (selebaran/spanduk) harus mempunyai *key word* atau kalimat kunci “bombatis” yang memancing minat.
- f) Desain atau dekorasi di arena *open house* dapat dibuat unik.
- g) Progam *open house* tersebut menjadi sebuah sarana hiburan atau rekreasi . Salah satu unsur sebuah *open house* adalah pengunjung merasakan kepuasan batin. Sebaiknya pengunjung juga merasakan bahwa mereka datang ke *open house* tidak hanya melihat dan membeli, tapi mereka juga merasa terhibur.
- h) Membuat pengunjung merasa penting, misal dengan memberikan kartu masuk VIP atau biasa disebut *freepass*.
- i) Memberikan fasilitas menarik selama berada di tempat *open house* tersebut. misalnya dengan seminar gratis, atau mengikuti *workshop* gratis atau mendapat diskon.²⁴

D. Pengelolaan Program *Open house* dan Pemasarannya

1. Perencanaan *open house*

Perencanaan yang baik akan menuntun kepada keberhasilan sebuah *open house*, apalagi jika penyelenggaraan *open house* dikelola oleh orang yang memiliki kreativitas yang tinggi, konseptor ulung, mediator, dan inisiator, dan komunikator

²⁴ *Ibid*, 31-32.

- f) Serah terima barang
 - g) Konsumsi dan akomodasi
 - h) Information
 - i) Peralatan komunikasi
 - j) Kebersihan dan kenyamanan ruang *open house*
 - k) Sarana umum (Restoran/ kantin, warung telekomunikasi, toilet dan ATM)
3. Pengendalian *open house*
- Evaluasi dapat dilakukan oleh pengunjung atau dari peserta *open house* dalam bentuk kuesioner atau wawancara langsung kepada pengunjung maupun petugas jaga atau para penanggung jawab stand *open house* tentang berbagai hal yang menyangkut *open house*.²⁸
4. Pemasaran *open house*
- Publikasi dan promosi *open house* dalam penyelenggaraan pameran adalah kegiatan yang paling penting. Dibawah ini beberapa trik untuk melakukan publikasi dan promosi, diantaranya:²⁹
- a) *Launcing*
- Perlu diadakan *launcing* dalam *open house* dengan mengundang masyarakat umum yang akan terlibat dalam *open house* tersebut.
- b) Presentasi
- Presentasi tetang sebuah *open house* merupakan salah satu kekuatan seseorang pemasar, pebisnis *event*.

²⁸ *Ibid*, 99.

²⁹ *Ibid*, 70.

