

**ADMINISTRASI SALES MARKETING DALAM MENJALANKAN  
OPERASIONAL THE OZ AUSTRALIAN CITY OF MALANG  
LAPORAN MAGANG**



**LIVIA PRISCILLA WIDJAJA  
112110039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MA CHUNG  
MALANG  
2025**

**ADMINISTRASI SALES MARKETING DALAM MENJALANKAN  
OPERASIONAL THE OZ AUSTRALIAN CITY OF MALANG  
LAPORAN MAGANG**



**LIVIA PRISCILLA WIDJAJA  
112110039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MA CHUNG  
MALANG  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang :

Judul laporan magang : ADMINISTRASI SALES MARKETING THE OZ AUSTRALIAN  
CITY OF MALANG

Disusun oleh : Livia Priscilla Widjaja  
NIM : 112110039  
Program Studi : Manajemen

Laporan ini disiapkan sebagai pemenuhan persyaratan program magang pada semester 7 Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung Malang, pada tanggal dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Malang, 30 Januari 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Felik Sad Windu Wisnu Broto, S.S., M.Hum.  
NIP : 20140009

Sahala Manalu, S.E., M.M  
NIP : 20100023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tarsisius Renald Suganda, S.E., M. Si., Ph.d., C.R.A

NIP : 20080021

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis yang bertanda tangan di bawah ini menerapkan dengan sesungguhnya bahwa laporan magang yang berjudul “*ADMINISTRASI SALES MARKETING THE OZ*” merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada unsur plagiat karya orang lain yang sudah dipublikasikan, kecuali pada bagian-bagian informasi mengenai teori, sudah dicantumkan dengan cara referensi sebagaimana semestinya, baik sebagian maupun seluruhnya. Semua sumber – baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 30 Januari 2025



Livia Priscilla Widjaja

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena RahmatNya laporan magang pada The OZ Australian City of Malang ini dapat berjalan diselesaikan dengan baik.

Laporan magang ini berjudul “*ADMINISTRASI SALES MARKETING DALAM MENJALANKAN OPERASIONAL THE OZ AUSTRALIAN CITY OF MALANG*” ini dibuat untuk memenuhi berbagai persyaratan akademik program studi strata satu pada Jurusan Manajemen Bisnis pada Universitas Ma Chung Malang. Selain itu tujuan dari dibuatnya laporan ini adalah sebagai bentuk agar pembaca dapat memahami bagaimana tugas yang akan dikerjakan sebagai admin di PT GRAHA BUKIT UTAMA.

Pada laporan magang ini penulis memahami bahwa memerlukan bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak untuk menyusun laporan ini. Laporan yang penulis buat jauh dari kata sempurna sehingga membutuhkannya bantuan untuk memberikan kritik dan saran dalam menyusun laporan ini. Tanpa mengurangi rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Manahen Tanco, M.Sc., selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Tarsisius Renald Suganda, S.E., M. Si., Ph.d., C.R.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
3. Bapak Uki Yonda Aseptia, S.E., M.M., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Ma Chung.
4. Bapak Dr. Felik Sad Windu Wisnu Broto, S.S., M.Hum. selaku dosen pembimbing magang.
5. Bapak Sahala Manalu, S.E., M.M. Selaku dosen penguji.

Penulis memahami bahwa laporan yang dibuat jauh dari kata sempurna, namun penulis akan belajar melalui kritik dan saran yang telah diberikan. Harapan penulis laporan ini dapat dikembangkan lebih baik dan menjadi lebih sempurna.

Malang, 30 Januari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Livia Priscilla Widjaja', with a horizontal line underneath the name.

Livia Priscilla Widjaja

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar belakang.....	1
Manfaat dan tujuan.....	3
<b>BAB II PELAKSANAAN MAGANG</b> .....	<b>5</b>
Tempat dan waktu.....	5
Gambaran umum .....	8
Visi dan misi.....	10
Bidang usaha.....	11
Struktur organisasi.....	12
Job description.....	12
Proyek Perusahaan.....	19
Pelaksanaan magang.....	21
<b>BAB III EVALUASI MAGANG</b> .....	<b>29</b>
Permasalahan .....	29
Pembahasan .....	29
Pengalaman belajar .....	39
Hard Skill .....	39
Soft skill.....	40
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>41</b>
Kesimpulan .....	41
Saran .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>45</b>
<b>DOKUMENTASI</b> .....	<b>47</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pengembangan kompetensi mahasiswa memerlukan pengalaman nyata di dunia kerja. Sebagai upaya mempersiapkan lulusan yang kompetitif, Universitas Ma Chung menyelenggarakan program magang pada semester enam. Program ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa, termasuk penulis, menerapkan ilmu manajemen sekaligus menghadapi tantangan profesional secara langsung. Penulis melaksanakan magang di The OZ Residence Malang oleh PJM Group, perumahan pertama di Malang yang mengadopsi konsep "Australian City". Lokasi strategisnya dekat dengan pusat pendidikan, fasilitas komersial, serta dilengkapi area rekreasi seperti playground, jogging track, dan lapangan basket. Penulis mengambil sebuah Perusahaan Bernama The OZ Australian City of Malang. Profil PJM Group: Berdiri sejak 1982, PJM Group memulai bisnis sebagai pengembang perumahan sederhana untuk pegawai negeri dan TNI.

The OZ Residence Malang by PJM Group adalah satu satunya perumahan yang mengusung berbagai konsep Australian City of Malang . Lokasi perumahan tersebut dekat dengan convenience store, sekolah ternama, kampus dan beberapa universitas lainnya. Namun, dilengkapi dengan beragam fasilitas yang terkait playground, barbeque park, lapangan basket serta jogging track. Berdiri sejak tahun 1982, Podo Joyo Masyhur (PJM) Group memiliki anak-anak perusahaan yang bergerak di berbagai bidang, terutama dalam bidang pengembangan real estat yang adalah awal sejarah perjalanan perusahaan.

Lahirnya PJM Group sebagai pengembang rumah sederhana diawali dan didorong oleh kepercayaan yang diberikan dalam pembangunan perumahan untuk

pegawai negeri nasional dan prajurit ABRI. PJM Group kemudian terus bergerilya membangun proyek-proyek perumahan lain yang juga dikembangkan untuk pengguna umum. *Due to the numerous small-scale developments that have occurred, PJM Group is now recognized as the "Raja RSS (Rumah Sangat Sederhana)"* di bagian Eastern Region. "Raja RSS (Rumah Sangat Sederhana)" di Jawa Timur karena telah banyak mengembangkan perumahan-perumahan kecil, yang dulu akrab dengan istilah rumah sederhana dan rumah sangat sederhana (RS/RSS). Dengan lokasi yang tersebar di puluhan kota di Jawa Timur dan jumlah yang sudah mencapai puluhan ribu unit di tahun 1990-an. PJM Group terus berusaha untuk memperluas sayap usahanya dengan mengembangkan proyek perumahan sederhana atau menengah bawah. PJM Group mendiversifikasi segmen pasarnya dengan mengembangkan proyek perumahan menengah atas di beberapa kota di Jawa Timur, terutama Surabaya, Sidoarjo, dan Malang, seperti perumahan OZ. Selain itu, PJM Group terus mengembangkan proyek properti komersial seperti ruko, pusat perbelanjaan, hotel, dan tempat wisata. PJM Group sekarang beroperasi di luar Jawa Timur dan melakukan investasi di beberapa daerah lain, seperti DKI Jakarta (Jabodetabek), Jawa Barat, Yogyakarta, dan Bali.

Ekspansi jaringan bisnis PJM Group di bidang real estat dan bisnis lainnya adalah hasil dari dukungan, kepercayaan, dan kerjasama yang saling mendukung dengan perusahaan rekanan dan badan keuangan yang telah mendukung pertumbuhan perusahaan. Akibatnya, PJM Group berharap dapat terus tumbuh dan berkembang untuk terus melakukan karya-karya yang membangun dan menguntungkan masyarakat.

## 1.2 Tujuan Magang

Dalam hal ini, adapun tujuan dari magang adalah sebagai berikut, Mengimplementasikan ilmu yang sudah didapat selama perkuliahan ke dalam pekerjaan. Meningkatkan hardskill yang dimiliki. Mempelajari berbagai macam softskill. Agar lebih mudah beradaptasi dengan dunia kerja. Meningkatkan wawasan dan kompetensi. Mengembangkan relasi dan pertemanan.

## 1.3 Manfaat Magang

### a) Bagi Mahasiswa

1. Mempraktikan secara langsung ilmu yang sudah didapat dalam mata kuliah program studi manajemen dan bisnis pada bidang *admin* perusahaan.
2. Dapat belajar bersosialisasi dengan rekan – rekan kerja di kantor dan mengetahui cara untuk menyelesaikan persoalan dengan ilmu – ilmu yang diberikan.
3. Dapat meningkatkan kualitas diri dalam praktik sebagai admin.
4. Menambah pengalaman kerja sebagai kebutuhan *resume* saat akan bekerja nantinya.

### b) Bagi Perusahaan

1. Perusahaan bisa mendapat ide – ide baru yang sebelumnya belum pernah dipikirkan atau direalisasikan.
2. Perusahaan mendapatkan tenaga pekerja yang berfungsi sebagai membantu dalam menjalankan operasional pada bidang admin.

**c) Bagi Universitas**

1. Kampus Universitas Ma Chung dapat menjalin kerjasama atau hubungan yang baik dengan perusahaan The OZ Australian City of Malang.
2. Universitas Ma Chung dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman kerja magang yang sudah dijalin.

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN MAGANG**

#### **2.1 Perencanaan Magang**

##### **2.1.1 Tempat dan waktu pelaksanaan magang**

The OZ Australian City of Malang dengan lokasi Karang Tengah, Karangwidoro, Kec. Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Pelaksanaan magang berlangsung pada tanggal 17 September 2024 – 30 Januari 2025, setiap hari bekerja 5 hari serta 2 hari libur, untuk masuk bekerja dimulai jam 08.00-16.00.

##### **2.1.2 Rencana Kegiatan Magang**

**Perencanaan Kegiatan Magang Livia Priscilla Widjaja berdasarkan mingguan:**

- September 2024
  - Minggu 3: training input memo closing.
  - Minggu 4: training input ECES Ketika UTJ masuk, training input ECES Ketika sudah KPR/pindah UTJ Rek Fix, training input penerimaan booking fee, training input kontrak penjualan unit.
  - Minggu 5: persiapan dekorasi untuk acara di MOG.
  
- Oktober 2024
  - Minggu 1: persiapan dekorasi untuk acara di MOG.
  - Minggu 2: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 3: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 4: incharge pengerjakan mengelola data tagihan the Oz hingga proses pengecekan.

Minggu 5: training pertanggung (inhouse dan agent).

- November 2024

Minggu 1: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 2: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 3: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 4: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 5: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

- Desember 2024

Minggu 1: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 2: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan dan persiapan untuk menghias natal.

Minggu 3: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 4: incharge pekerjaan EM.

Minggu 5: incharge pekerjaan EM.

- Januari 2025

Minggu 1: incharge pekerjaan EM.

Minggu 2: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 3: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 4: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 5: pengerjaan laporan magang dan persiapan untuk penilaian.

## 2.2 Gambaran Umum Perusahaan



The OZ didirikan pada November 2017 yang terletak di Kabupaten Malang. Perumahan The OZ mengusung tema perumahan dengan memberikan kesan *Australian City Of Malang*. The OZ berdiri pada luas tanah sebesar luas 46.320 m2 dan memiliki 231 unit hingga pada awal tahun 2023 ini The OZ membangun unit unit perumahan pada tanah yang dimiliki oleh PT PJM. Pada bulan Januari tahun 2023 Perumahan The OZ telah berhasil menjual perumahan sebesar 165 mencapai kenaikan 31 unit penjualan rumah dibandingkan pada tahun 2022.

The OZ akan tetap mengembangkan bisnisnya dalam bidang perumahan dan *property* dengan akan meluaskan lahan pembangunan hingga luas tanah sebesar 6 hektar. Kunci kesuksesan yang diraih oleh perumahan The OZ tidak pernah lepas dari visi dan misi yang dimilikinya. Tentunya The OZ akan terus melebarkan bisnisnya dengan melihat kebutuhan pasar masyarakat sekarang dalam hal perumahan dan *property*.

The OZ Residence Malang by PJM Group adalah satu satunya perumahan yang mengusung berbagai konsep Australian City of Malang . Lokasi perumahan tersebut dekat dengan convenience store, sekolah ternama, kampus dan beberapa universitas lainnya. Namun, dilengkapi dengan beragam fasilitas yang terkait playground, barbeque park, lapangan basket serta jogging track. Berdiri sejak tahun 1982, Podo Joyo Masyhur (PJM) Group memiliki anak-anak perusahaan yang bergerak di berbagai bidang, terutama dalam bidang pengembangan real estat yang adalah awal sejarah perjalanan perusahaan.

Lahirnya PJM Group sebagai pengembang rumah sederhana diawali dan didorong oleh kepercayaan yang diberikan dalam pembangunan perumahan untuk pegawai negeri nasional dan prajurit ABRI. PJM Group kemudian terus bergerilya membangun proyek-proyek perumahan lain yang juga dikembangkan untuk pengguna umum. *Due to the numerous small-scale developments that have occurred, PJM Group is now recognized as the "Raja RSS (Rumah Sangat Sederhana)" di bagian Eastern Region.* "Raja RSS (Rumah Sangat Sederhana)" di Jawa Timur karena telah banyak mengembangkan perumahan-perumahan kecil, yang dulu akrab dengan istilah rumah sederhana dan rumah sangat sederhana (RS/RSS). Dengan lokasi yang tersebar di puluhan kota di Jawa Timur dan jumlah yang sudah mencapai puluhan ribu unit di tahun 1990-an. PJM Group terus berusaha untuk memperluas sayap usahanya dengan mengembangkan proyek perumahan sederhana atau menengah bawah. PJM Group mendiversifikasi segmen pasarnya dengan mengembangkan proyek perumahan menengah atas di beberapa kota di Jawa Timur, terutama Surabaya, Sidoarjo, dan

Malang, seperti perumahan OZ. Selain itu, PJM Group terus mengembangkan proyek properti komersial seperti ruko, pusat perbelanjaan, hotel, dan tempat wisata. PJM Group sekarang beroperasi di luar Jawa Timur dan melakukan investasi di beberapa daerah lain, seperti DKI Jakarta (Jabodetabek), Jawa Barat, Yogyakarta, dan Bali.

Ekspansi jaringan bisnis PJM Group di bidang real estat dan bisnis lainnya adalah hasil dari dukungan, kepercayaan, dan kerjasama yang saling mendukung dengan perusahaan rekanan dan badan keuangan yang telah mendukung pertumbuhan perusahaan. Akibatnya, PJM Group berharap dapat terus tumbuh dan berkembang untuk terus melakukan karya-karya yang membangun dan menguntungkan masyarakat.

### **2.2.1 Visi dan Misi Perusahaan**

- **Visi The OZ**

“Tumbuh Bersama untuk masa depan yang lebih baik.”

- **Misi The OZ**

PJM Group berkomitmen untuk menjadi perusahaan pengembang terbaik dan terdepan dengan menjadikan “Land Banking” sistem keuangan yang handal untuk memulai perubahan di era yang baru.

Perusahaan berupaya untuk menyediakan sebuah hunian yang baik dan berkualitas guna menunjang pertumbuhan masyarakat, serta menjadi mitra yang akan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas, baik taraf hidup masyarakat maupun ekuitas swasta.

### 2.2.2 Bidang Usaha Perusahaan

The OZ merupakan anak pada divisi I oleh PT. PJM Group yang bergerak pada sebuah bidang perumahan dan *property*. The OZ memiliki sebuah logo dengan sebagai berikut :



**Gambar 2.2.2 Logo The  
Oz Sumber: The OZ  
(2021)**

Dalam mendirikan sebuah bisnis sebuah logo memberikan sebuah lambang dan arti bagi perusahaan itu sendiri, seperti pada logo perumahan The OZ yang memiliki arti sebagai perumahan yang *simplicity, modern* dan millennial. Hal ini diambil dari sebuah konsep perumahan di Australia yang cenderung simpel dan modern. Tiga hal ini yang dijadikan untuk menggambarkan kondisi perumahan The Oz.

### 2.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 2.2.3 Struktur Organisasi**

**Perusahaan Sumber: The Oz**

**(2021)**

### 2.2.4 Job Description Perusahaan

#### 1. Manajer Proyek

**Tugas:**

- Menetapkan kebijakan, peraturan, dan keputusan strategis perusahaan.
- Merencanakan sumber pendapatan dan pengelolaan keuangan perusahaan.
- Memimpin perusahaan melalui penetapan kebijakan operasional.
- Melakukan seleksi, penilaian, dan pengawasan kinerja karyawan.
- Menyetujui anggaran tahunan dan laporan keuangan.
- Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungan eksternal.
- Menyusun strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
- Mengoordinasikan seluruh aktivitas perusahaan (administrasi, SDM, pengadaan).
- Melakukan pengangkatan dan pemberhentian karyawan.

**Tanggung Jawab:**

- Memastikan kelancaran operasional perusahaan.
- Bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian perusahaan.

#### 2. Staf Keuangan

**Tugas:**

- Menyusun pembukuan keuangan.
- Mencatat jurnal operasional.

- Membuat laporan keuangan.
- Memasukkan data akuntansi ke sistem perusahaan.
- Memverifikasi kelengkapan dokumen transaksi keuangan.
- Melakukan rekonsiliasi data finansial.

**Tanggung Jawab:**

- Memastikan pembukuan dan pelaporan keuangan akurat dan tepat waktu.
- Memvalidasi kelengkapan dokumen keuangan.

**3. Staf Pajak**

**Tugas:**

- Memeriksa laporan perpajakan.
- Menyusun perencanaan pajak (tax planning).
- Memantau perubahan regulasi perpajakan.

**Tanggung Jawab:**

- Mencatat seluruh pembayaran pajak agar sesuai ketentuan.

**4. Staf Legal**

**Tugas:**

- Menangani dokumen hukum (surat gugatan, perjanjian, dll.).
- Mengarsipkan dokumen dan berkas kasus hukum.
- Mengatur jadwal pertemuan hukum.

**Tanggung Jawab:**

- Memastikan seluruh izin perusahaan terpenuhi.
- Menyiapkan dan memantau kontrak kerja sama.

**5. Kepala Teknik**

**Tugas:**

- Mengoordinasikan proyek dengan pihak terkait.
- Memastikan pekerjaan sesuai spesifikasi teknis.
- Menyelesaikan keluhan pelanggan terkait produk.
- Mendokumentasikan perubahan kontrak proyek.
- Menghentikan pekerjaan yang tidak memenuhi standar mutu.

**Tanggung Jawab:**

- Menetapkan target kualitas proyek.
- Menyetujui permintaan kebutuhan proyek.

**6. Staf Teknik**

**Tugas:**

- Membantu pengawasan teknis proyek.
- Membuat perencanaan dan estimasi biaya konstruksi.

**Tanggung Jawab:**

- Berkomunikasi dengan tim lapangan.

## **7. Staf Estate Management**

### **Tugas:**

- Menangani komplain pelanggan.
- Melakukan serah terima unit properti.
- Mengoordinasikan revisi unit dengan tim teknik.

### **Tanggung Jawab:**

- Menjadi penghubung antara konsumen dan perusahaan.

## **8. Staf KPR**

### **Tugas:**

- Mengajukan dokumen KPR ke bank.
- Memantau proses persetujuan kredit.
- Mengurus validasi pajak (BPHTB, PPh).

### **Tanggung Jawab:**

- Memberikan informasi biaya KPR kepada konsumen.

## **9. Marketing In-House**

### **Tugas:**

- Memandu konsumen melihat unit properti.
- Menjelaskan skema pembayaran.

### **Tanggung Jawab:**

- Mencapai target penjualan.

## 2.2.5 Proyek Perusahaan

### 1. The OZ



**Gambar 4.** contoh rumah *Type Carindale The OZ*

**Sumber : Penulis**



**Gambar 5.** Foto rumah *Type Hampton The OZ*

**Sumber : Penulis**



**Gambar 6. Foto rumah *Type The Melrose The OZ***

**Sumber : Penulis**



**Gambar 7. Foto rumah *Type Sienna The OZ***

**Sumber : Penulis**

Proyek The OZ merupakan proyek perumahan bergaya Australia yang dibangun sejak November 2017 dengan luas tanah sebesar 30 hektar. Proyek ini memiliki sembilan *cluster* dan yang berjalan saat ini adalah *Cluster Adelaide*. *Cluster* ini memiliki stok awal yaitu 231 unit dimana per Januari 2023, berhasil menjual 165 unit dengan 6 tipe rumah, yaitu *Collin House (Tipe 36)*; *Hampton*

*House* (Tipe 45); *Bowden House* (Tipe 54); *The Melrose House* (Tipe 80); dengan salah satu bagian dari *cluster* ini (*Hyde Park* (blok HA)) dengan 2 tipe rumah, yaitu *Sienna House* (Tipe 45); dan *Georgia House* (Tipe 55). Fasilitas yang ada adalah *jogging track*, *BBQ area*, *picnic area*, *praying area*, *dandelion park*, *library area*, *convenience area*, lapangan basket dan taman bermain. Kisaran harga untuk perumahan di proyek The OZ sekitar 600 juta sampai dengan satu 1,2 miliar Rupiah.

### **2.3 Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan Magang selama tanggal 17 September 2024 hingga 30 Januari 2025 berdasarkan mingguan:

- September 2024

Minggu 3: training input memo closing.

Minggu 4: training input ECES Ketika UTJ masuk, training input ECES Ketika sudah KPR/pindah UTJ Rek Fix, training input penerimaan booking fee, training input kontrak penjualan unit.

Minggu 5: persiapan dekorasi untuk acara di MOG.

- Oktober 2024

Minggu 1: persiapan dekorasi untuk acara di MOG.

Minggu 2: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 3: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 4: incharge pengerjakan mengelola data tagihan the Oz hingga proses pengecekan.

Minggu 5: training pertanggung (inhouse dan agent).

- November 2024

Minggu 1: training pertanggung (inhouse dan agent).

Minggu 2: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 3: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 4: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 5: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

- Desember 2024

Minggu 1: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 2: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan dan persiapan untuk menghias natal.

Minggu 3: mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas-berkas untuk pengajuan.

Minggu 4: incharge pekerjaan EM.

Minggu 5: incharge pekerjaan EM.

- Januari 2025

Minggu 1: incharge pekerjaan EM.

Minggu 2: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 3: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 4: scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.

Minggu 5: pengerjaan laporan magang dan persiapan untuk penilaian.

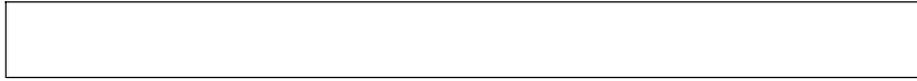
<b>Kegiatan</b>	<b>Waktu</b>	<b>Keterangan</b>
September 2024 Minggu 3	40 jam	training input memo closing.
September 2024 Minggu 4	40 jam	training input ECES Ketika UTJ masuk, training input ECES Ketika sudah KPR/pindah UTJ Rek Fix, training

		input penerimaan booking fee, training input kontrak penjualan unit.
September 2024 Minggu 5	40 jam	persiapan dekorasi untuk acara di MOG.
Oktober 2024 Minggu 1	40 jam	persiapan dekorasi untuk acara di MOG.
Oktober 2024 Minggu 2	40 jam	training pertanggung (inhouse dan agent).
Oktober 2024 Minggu 3	40 jam	training pertanggung (inhouse dan agent).
Oktober 2024 Minggu 4	40 jam	incharge pengerjakan mengelola data tagihan the Oz hingga proses pengecekan.

Oktober 2024 Minggu 5	40 jam	training pertanggung- (inhouse dan agent).
November 2024 Minggu 1	40 jam	training pertanggung- (inhouse dan agent).
November 2024 Minggu 2	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.
November 2024 Minggu 3	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.
November 2024 Minggu 4	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.

November 2024 Minggu 5	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.
Desember 2024 Minggu 1	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.
Desember 2024 Minggu 2	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas berkas untuk pengajuan dan persiapan untuk menghias natal.
Desember 2024 Minggu 3	40 jam	mengelola data penggunaan layanan, scanning berkas- berkas untuk pengajuan.

Desember 2024 Minggu 4	40 jam	incharge pekerjaan EM.
Desember 2024 Minggu 5	40 jam	incharge pekerjaan EM.
Januari 2025 Minggu 1	40 jam	incharge pekerjaan EM.
Januari 2025 Minggu 2	40 jam	scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.
Januari 2025 Minggu 3	40 jam	scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.
Januari 2025 Minggu 4	40 jam	scanning berkas dan persiapan dekorasi perayaan Chinese new year.
Januari 2025 Minggu 5	40 jam	pengerjaan laporan magang dan persiapan untuk penilaian.
Total jam : 920 jam		



#### **2.4 Fokus magang**

Selama kegiatan magang penulis di tempatkan di bagian administrasi sales marketing. Selama di bagian administras sales marketing, penulis diberikan tugas untuk melakukan pembaruan SOP PT Graha Bukit Utama. Salah satu SOP yang penulis perbarui adalah dimana alur administrasi sales marketing terhadap perusahaan.

## **BAB III**

### **EVALUASI MAGANG**

#### **3.1 Permasalahan**

Selama penulis melaksanakan magang pada PT GRAHA BUKIT UTAMA, penulis menemukan banyak sekali permasalahan. Permasalahan yang penulis angkat adalah:

1. Belum ada kejelasan untuk tugas dan alur bagi pegawai di bagian administrasi.
2. Bagian administrasi seringkali dibebankan pekerjaan lain yang bukan menjadi tugas utama bagian administrasi.
3. Belum jelas alur komunikasi bagian administrasi dengan unit atau bagian yang lain

#### **3.2 Pembahasan**

Dalam pembahasan ini, penulis akan menguraikan secara detail solusi-solusi yang penulis berikan untuk menjawab persoalan yang ada. Solusi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kejelasan Tugas Dan Alur.

Memahami terkait alur administrasi sales marketing hingga mempelajari beberapa system. Kejelasan dalam mendefinisikan tugas dan alur kerja

merupakan fondasi yang krusial bagi efisiensi kerja. Beberapa masalah yang lazim muncul meliputi:

- a. Definisi peran yang tidak jelas: Ketika tanggung jawab individu atau tim tidak terdefinisi dengan baik, sering kali terjadi tumpang tindih tugas atau beban kerja yang terabaikan.
- b. Alur kerja yang tidak terdokumentasi: Ketiadaan dokumentasi standar operasional prosedur (SOP) menyebabkan proses kerja menjadi tidak terarah.
- c. Kurangnya briefing atau sosialisasi: Karyawan tidak menerima arahan yang jelas mengenai prioritas tugas.

Teori Terkait Masalah Kejelasan Tugas dan Alur Administrasi Sales dan Marketing. Ketidakjelasan dalam tugas dan alur administrasi di tim Sales dan Marketing dapat menjadi penghambat produktivitas, memicu miskomunikasi, serta mengurangi efektivitas strategi pemasaran dan penjualan. Beberapa teori yang relevan untuk memahami permasalahan ini adalah:

1. Teori Manajemen Administrasi (Henri Fayol)

Henri Fayol menekankan pentingnya pembagian tugas yang jelas, rantai komando, dan koordinasi antar unit kerja untuk memastikan efisiensi dalam organisasi. Dalam konteks administrasi Sales dan Marketing, ketidakjelasan peran seringkali menyebabkan tumpang tindih tugas antara tim sales dan tim marketing, serta kesalahan dalam pencatatan atau pelaporan.

2. Teori Peran dalam Organisasi (Katz dan Kahn, 1978)

Teori ini menegaskan bahwa setiap individu dalam organisasi perlu memahami peran mereka secara jelas agar dapat berkontribusi secara efektif. Tanpa batasan peran yang jelas antara tim sales dan marketing, konflik atau kelalaian dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan penjualan dapat terjadi.

3. Teori Komunikasi Organisasi (Shannon dan Weaver, 1949)

Teori ini menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian informasi. Dalam administrasi sales dan marketing, bila komunikasi mengenai prosedur, target, atau strategi tidak dilakukan dengan baik, hal ini dapat mengakibatkan kesalahan dalam eksekusi, pelaporan data pelanggan, atau penyesuaian terhadap strategi pemasaran.

b. Masalah Umum dalam Kejelasan Tugas dan Alur Administrasi Sales dan Marketing

Ketidakjelasan peran antara tim sales dan marketing: Contohnya, tim marketing menghasilkan prospek, tetapi tim sales tidak mengetahui kapan harus menindaklanjuti.

a. SOP administrasi yang kurang terstruktur: Tantangan muncul ketika data pelanggan, jadwal follow-up, dan laporan penjualan tidak terdokumentasi dengan baik.

- b. Kurangnya komunikasi dan koordinasi: Minimnya rapat koordinasi rutin menciptakan perbedaan pemahaman terkait target dan strategi.
- c. Penggunaan sistem pencatatan yang tidak efisien: Masih banyak yang bergantung pada pencatatan manual atau sistem yang tidak terintegrasi.
- d. Teori Manajemen Klasik – Henri Fayol. Henri Fayol dalam teori administrasi klasiknya menekankan pentingnya pembagian kerja, koordinasi, dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi di dalam organisasi. Ketika tugas dan alur administrasi tim Sales and Marketing tidak terdefinisi dengan baik, hal ini dapat memicu tumpang tindih tanggung jawab dan menimbulkan inefisiensi dalam operasional. Solusi:
  - 1. Menyusun deskripsi pekerjaan yang jelas untuk setiap posisi di dalam tim Sales and Marketing.
  - 2. Membuat SOP (Standard Operating Procedures) yang detail, menjelaskan tugas, tanggung jawab, dan alur administrasi.
- e. Teori Peran dalam Organisasi – Katz dan Kahn (1978). Teori ini menekankan bahwa setiap individu dalam organisasi harus memahami peran, ekspektasi, dan tanggung jawab mereka. Ketidaktahuan akan hal ini dapat menyebabkan kebingungan dalam alur kerja, merugikan produktivitas, dan memicu konflik antar tim. Solusi: 1. Menetapkan peran yang spesifik, misalnya:
  - Marketing Executive: Bertugas untuk menghasilkan prospek melalui kampanye digital dan branding.
  - Sales Representative: Bertanggung jawab untuk menindaklanjuti prospek yang dihasilkan oleh marketing serta mengonversinya menjadi pelanggan.

Mengadakan briefing rutin untuk menyamakan pemahaman tentang peran dan ekspektasi kerja.

f. Teori Komunikasi Organisasi – Shannon dan Weaver (1949)

Teori ini menjelaskan bahwa kesalahan dalam komunikasi dapat mengganggu proses kerja, termasuk dalam administrasi Sales and Marketing. Ketika tim sales tidak menerima informasi yang jelas dari tim marketing, hal ini dapat menyebabkan prospek yang terlewat, data yang tidak sinkron, atau kesalahan dalam strategi penjualan. Solusi:

1. Mengimplementasikan sistem CRM (Customer Relationship Management) seperti Salesforce atau HubSpot untuk memastikan informasi prospek tercatat dengan jelas dan dapat diakses oleh tim sales dan marketing.
2. Mengadakan rapat koordinasi mingguan untuk mendiskusikan prospek, strategi pemasaran, dan evaluasi kinerja.

g. Teori Birokrasi – Max Weber. Max Weber menekankan bahwa struktur organisasi yang terlalu kaku atau kurang terdokumentasi dengan baik bisa menghambat efektivitas kerja. Dalam konteks Sales and Marketing, ketidakefektifan dapat muncul jika prosedur administrasi terlalu rumit atau tidak ada SOP yang jelas. Solusi:

1. Menyederhanakan alur administrasi di tim sales dan marketing, misalnya dengan memanfaatkan formulir digital atau sistem otomatisasi untuk pencatatan prospek dan transaksi.
2. Mendistribusikan panduan administrasi kepada seluruh tim agar setiap anggota memahami prosedur yang harus diikuti.

g. Beban Pekerjaan.

Beban pekerjaan yang tidak seimbang dapat memicu kelelahan, stres, dan penurunan produktivitas. Beberapa penyebab di antaranya adalah:

1. Distribusi kerja yang tidak merata: Sebagian karyawan atau tim mungkin mendapati tanggung jawab yang lebih banyak dibandingkan yang lain.
  2. Kurangnya sumber daya: Hal ini bisa terjadi pada aspek tenaga kerja, alat, maupun waktu.
  3. Kurangnya prioritas: Kesalahan dalam menentukan pekerjaan yang penting dan mendesak.
- a. Teori Beban Kerja (Workload Theory) - Wickens (2008). Teori ini menjelaskan bahwa beban kerja yang berlebihan dapat mengurangi efisiensi dan meningkatkan kelelahan karyawan. Dalam konteks administrasi Penjualan dan Pemasaran, ketika tenaga penjual terlalu banyak disibukkan dengan tugas administratif seperti memasukkan data, membuat laporan, dan mencatat transaksi, mereka akan kehilangan waktu yang seharusnya digunakan untuk fokus pada tugas utama, yaitu menjual dan membangun hubungan dengan pelanggan. Solusi:
1. Mengotomatisasi tugas administratif menggunakan sistem CRM (Customer Relationship Management) seperti Salesforce atau HubSpot untuk mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual.

2. Mendekomposisi tugas administratif kepada tim khusus (misalnya tim admin penjualan) sehingga tenaga penjual dapat lebih fokus pada penutupan penjualan.

b. Teori Manajemen Stres (Lazarus dan Folkman, 1984)

Teori ini menunjukkan bahwa individu yang menghadapi tuntutan kerja yang tinggi tanpa memiliki sumber daya yang memadai akan mengalami stres, yang pada akhirnya berpengaruh negatif terhadap kinerja mereka. Dalam bidang Penjualan dan Pemasaran, jika seorang tenaga penjual harus menangani banyak tanggung jawab administratif tanpa alat atau sistem yang mendukung, efektivitas mereka pun akan menurun. Solusi:

1. Mengimplementasikan template otomatis untuk laporan dan kontrak penjualan, sehingga mengurangi waktu yang dihabiskan untuk tugas administratif.
2. Memberikan pelatihan tentang penggunaan teknologi administrasi seperti Excel, Google Sheets, atau perangkat lunak CRM agar proses administratif menjadi lebih efisien.

c. Teori Efisiensi Administrasi - Henri Fayol

Henri Fayol berpendapat bahwa efisiensi administrasi dalam suatu organisasi sangat bergantung pada perencanaan yang matang, pemisahan tugas yang jelas, dan sistem komunikasi yang efektif. Dalam administrasi Penjualan dan

Pemasaran, seringkali beban kerja meningkat akibat prosedur yang tidak efisien dan kurangnya pembagian peran yang memadai. Solusi:

1. Menyusun SOP (Standard Operating Procedures) yang jelas untuk tugas administratif, sehingga dapat menghindari pengulangan tugas yang tidak perlu.
2. Mendelegasikan tugas administratif kepada tim dukungan (seperti admin penjualan atau tim support pemasaran) agar tenaga penjual bisa lebih fokus pada penutupan penjualan dan tindak lanjut dengan pelanggan.

#### h. Alur Komunikasi Antar Department Lain

Mempelajari system yang selalu diajarkan serta mengerjakan se maksimal mungkin. Komunikasi yang tidak efektif antar unit sering kali mengakibatkan miskomunikasi, keterlambatan, dan bahkan konflik. Masalah umum yang terjadi adalah: Kurangnya saluran komunikasi standar: Informasi disampaikan melalui berbagai media tanpa kejelasan. Hambatan hierarki: Informasi terlambat karena harus melewati banyak lapisan. Kurangnya transparansi: Setiap unit beroperasi dalam silo tanpa berbagi informasi yang krusial. Teori Administrasi dalam Penjualan dan Pemasaran

#### a. Teori Manajemen Administrasi – Henri Fayol

Henri Fayol menekankan pentingnya perencanaan, koordinasi, dan kontrol dalam administrasi organisasi. Dalam konteks penjualan dan pemasaran, fungsi administrasi harus mendukung efisiensi operasional dengan memastikan bahwa

pencatatan data pelanggan, pemrosesan pesanan, dan pelaporan berjalan dengan baik. Solusi:

1. Menyusun Prosedur Operasional Standar (SOP) untuk administrasi penjualan dan pemasaran agar alur kerja menjadi lebih sistematis.
2. Mengadopsi sistem digital seperti Customer Relationship Management (CRM) untuk pencatatan data pelanggan, pengelolaan prospek penjualan, serta pelaporan kinerja tim.

b. Teori Efisiensi Administrasi – Max Weber

Max Weber memperkenalkan konsep birokrasi dalam administrasi, yang menekankan pentingnya adanya hierarki yang jelas, aturan tertulis, dan sistem pencatatan yang rapi. Dalam penjualan dan pemasaran, administrasi yang tidak terstruktur dapat mengakibatkan kehilangan data pelanggan, ketidakcocokan laporan, serta kesulitan dalam berkoordinasi dengan tim lainnya. Solusi:

- A. Membuat deskripsi pekerjaan yang jelas dan spesifik untuk tim administrasi penjualan dan pemasaran.
- B. Memanfaatkan sistem otomatisasi seperti Google Sheets, Trello, atau Asana untuk melacak aktivitas administratif.

c. Teori Automasi dan Produktivitas – Frederick Taylor (Manajemen Ilmiah)

Frederick Taylor menekankan pentingnya mengoptimalkan tugas administratif dengan teknologi dan metode yang lebih efisien. Dalam administrasi penjualan dan pemasaran, masih terdapat banyak proses yang dilakukan secara manual, yang dapat memperlambat kelancaran operasional. Solusi:

Mengimplementasikan automasi email dan tindak lanjut menggunakan WhatsApp. Alur Komunikasi Antar Departemen dalam Penjualan dan Pemasaran

Komunikasi antar departemen sangat krusial agar strategi penjualan dan pemasaran selaras dengan kebutuhan operasional perusahaan. Berikut adalah alur komunikasi utama dalam penjualan dan pemasaran:

a. Komunikasi antara Penjualan dan Pemasaran

Tim pemasaran menghasilkan prospek melalui kampanye digital dan promosi, sementara tim penjualan menindaklanjuti prospek yang diberikan oleh tim pemasaran. Solusi: Menggunakan sistem CRM bersama agar data prospek selalu diperbarui secara real-time.

b. Komunikasi antara Tim Penjualan dan Tim Produksi

Tim penjualan harus memastikan ketersediaan stok produk sebelum menawarkan kepada pelanggan, dan tim produksi bertanggung jawab untuk memberikan laporan stok secara berkala kepada tim penjualan. Solusi: Mengintegrasikan sistem Perencanaan Sumber Daya Perusahaan (ERP) untuk memantau ketersediaan stok secara langsung.

c. Komunikasi antara Tim Penjualan dan Tim Keuangan

Tim penjualan mengajukan proposal harga dan melakukan negosiasi kepada pelanggan, sedangkan tim keuangan bertanggung jawab untuk proses penagihan dan pembayaran. Solusi: Menggunakan sistem invoice otomatis guna mencegah keterlambatan pembayaran.

d. Komunikasi antara Tim Penjualan dan Layanan Pelanggan

Tim penjualan harus memberikan informasi pelanggan kepada layanan pelanggan untuk keperluan layanan purna jual, sementara layanan pelanggan bertanggung jawab menangani keluhan dan umpan balik dari pelanggan.

Solusi: Memanfaatkan layanan helpdesk digital seperti Zendesk agar setiap tim dapat dengan mudah mengakses informasi pelanggan.

### **3.3 Pengalaman Belajar**

Berikut ini merupakan pengalaman belajar yang penulis pelajari selama 3 bulan admin sales marketing:

#### ***3.3.1 Hard Skill***

Selama penulis menjalani kegiatan magang serta bekerja sebagai admin sales marketing adalah:

- a.*** Menguasai proses rekrutmen dan seleksi karyawan.
- b.*** Menguasai proses training dan pengembangan karyawan.
- c.*** Memahami aturan dan regulasi ketenagakerjaan.
- d.*** Menguasai teknologi informasi dalam manajemen SDM.
- e.*** Mampu melakukan analisis data untuk mengambil keputusan strategis dalam manajemen SDM.

### ***3.3.2 Soft Skill***

Dalam perjalanan magang yang sudah dilaksanakan, penulis mendapatkan banyak pembelajaran dalam bidang *soft skill* admin sales marketing. Penulis mendapatkan pengalaman seperti:

- a. Keterampilan komunikasi yang baik.
- b. Kemampuan bekerja dalam tim.
- c. Kemampuan memimpin dan menginspirasi orang lain.
- d. Kemampuan memberikan masukan yang membangun.
- e. Kemampuan bersosialisasi antar tim bekerja.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Sebagai admin Sales Marketing untuk The Oz, penulis akan memiliki tanggung jawab yang beragam dan penting dalam mendukung operasional perusahaan. Dalam hal hard skill, penulis perlu memastikan bahwa penulis memiliki pemahaman yang komprehensif tentang praktik pengembangan sumber daya manusia seperti rekrutmen, pelatihan dan manajemen kinerja, serta pengetahuan yang sesuai tentang prinsip-prinsip akuntansi dan manajemen keuangan, khususnya dalam konteks ritel bekerja.

Beserta dalam hal soft skill, keterampilan komunikasi yang baik penting dalam kedua peran tersebut. Kemampuan berkomunikasi baik secara lisan maupun tertulis dengan berbagai pemangku kepentingan dari departemen berbeda dan dengan tingkat keahlian berbeda akan membantu penulis menjalankan tugas dengan lebih efektif. Selain itu, manajemen waktu yang baik, ketelitian tugas, dan kemampuan bekerja dalam tim akan meningkatkan kinerja penulis sebagai admin Sales Marketing. Penulis akan fokus pada pengembangan karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan berpusat pada karyawan, serta memastikan kepatuhan terhadap kebijakan perusahaan dan peraturan ketenagakerjaan.

## 4.2 Saran

Berikut merupakan saran-saran yang akan diberikan untuk Perusahaan, mahasiswa, dan universitas:

- f. Saran bagi perusahaan adalah terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam satu bidang tersebut melalui pelatihan dan pendidikan tambahan terutama pengetahuan dalam pengelolaan data. Selalu terbuka untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, serta jangan ragu untuk berkolaborasi dengan tim dengan tujuan untuk mencapai kesuksesan bersama. Dengan menjaga keseimbangan antara hardskill dan softskill yang diperlukan, penulis akan dapat mengatasi tantangan dengan lebih baik dan memberikan kontribusi positif bagi The Oz. Namun, saran bagi Perusahaan adalah melakukan sistem manajemen inventaris, yang Dimana berfungsi untuk memudahkan pengelolaan data apapun termasuk item dan material. Lalu, bisa dilakukan dengan cara melakukan pelatihan mengenai keakuratan data dan cara menggunakan system serta pedoman penamaan item dan material yang benar.
- g. Saran bagi kemahasiswaan adalah: Pahami Profil dan Model Bisnis The Oz: Sebelum terlibat dengan perusahaan, mahasiswa sebaiknya memahami industri, produk/jasa, serta strategi bisnis yang diterapkan oleh The Oz. Telusuri situs web resmi dan media sosial The Oz. Pelajari laporan tahunan atau berita terkini mengenai perusahaan. Identifikasi keunggulan kompetitif dan tantangan yang dihadapi perusahaan. Peluang Magang atau Kerja Sama Proyek: Mahasiswa dapat mencari kesempatan untuk mendapatkan

pengalaman langsung melalui: Magang di departemen yang sesuai dengan jurusan atau minat (Sales, Marketing, Finance, IT, dll.). Kolaborasi proyek riset jika perusahaan terbuka untuk kerja sama dengan akademisi. Networking dengan alumni atau profesional yang bekerja di The Oz melalui LinkedIn atau seminar industri. Kembangkan Keahlian yang Dibutuhkan: Agar lebih siap menghadapi seleksi di perusahaan seperti The Oz, mahasiswa perlu mengasah beberapa keterampilan utama: Analisis Data & Digital Marketing untuk memahami strategi pemasaran perusahaan. Keterampilan Komunikasi & Negosiasi jika tertarik dalam bidang Sales atau Business Development. Penguasaan Teknologi & Software yang relevan dengan industri perusahaan. Bangun Portofolio dan Personal Branding: Jika tertarik dengan bidang Marketing atau Sales, buat studi kasus atau proyek simulasi yang menunjukkan pemahaman dalam strategi pemasaran.

- h. Saran bagi Universitas Ma Chung adalah membangun kerja sama untuk program magang dan rekrutmen kampus dapat menjalin kerja sama dengan The Oz untuk menyediakan program magang terstruktur bagi para mahasiswa. Selain itu, kampus juga bisa menyelenggarakan job fair atau career day yang melibatkan The Oz, guna memberikan peluang kerja bagi para lulusan. Tak kalah penting, mengadakan sesi mentorship atau kuliah umum dengan para profesional dari The Oz juga akan memberikan kesempatan untuk berbagi wawasan tentang industri kepada mahasiswa. Membangun inkubator bisnis dan startup collaboration, jika The Oz memiliki program startup accelerator atau incubator, kampus dapat menghubungkan mahasiswa wirausaha dengan

perusahaan untuk mendapatkan bimbingan dan pendanaan serta mendorong mahasiswa dan dosen untuk menciptakan inovasi bisnis yang dapat diterapkan oleh The Oz.

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management*. 16th Edition. Pearson.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational Behavior*. 19th Edition. Pearson.

Luthans, F., Luthans, B. C., & Luthans, K. W. (2023). *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach*. McGraw-Hill.

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2021). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Wiley.

Salesforce Blog. (2024). "Optimizing Admin Roles in Sales and Marketing Teams".

LinkedIn Learning. (2024). "Admin Essentials for Sales and Marketing".

Berikut adalah beberapa referensi yang dapat digunakan terkait administrasi Sales & Marketing, permasalahan yang dihadapi, serta solusi yang bisa diterapkan:

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson.

Jobber, D., & Lancaster, G. (2015). *Selling and Sales Management* (10th Edition). Pearson.

Wickens, C. D. (2008). *Multiple Resources and Mental Workload*. Human Factors.

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. Springer.

Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. Pitman.

Weber, M. (1922). *The Theory of Social and Economic Organization*. Oxford University Press.

Davenport, T. H., & Short, J. E. (1990). The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign. *Sloan Management Review*, 31(4), 11-27.

# DOKUMENTASI

MARKETING NOVEMBER 2024						
NO	NAMA EVENT	KEGIATAN	TEMPAT	WAKTU	MARSA	
1	Open Table	Open table	Studio Ciputat Bandung	13/11/2024		5.000.000
2	The Disruption Challenge	Mengadakan pameran bertema yang berkaitan untuk meningkatkan penjualan produk yang akan datang	Open Table MDC	Nov-24		1.800.000
3	Open Table Suplemen	Open table	Superhero Langsat	Nov-24		5.000.000
4	Customer Gathering	MC HOT spot	And City	Nov-24		4.000.000
5	Seleksi Influencer Tiktok dan IG: @maroonriver	Instagram: @maroonriver TikTok: @maroonriver Engagement rate: 4.315,08 (IG) dan 146,14 (TikTok) Engagement rate: 1.767,57 <a href="https://www.instagram.com/promotionsofipg/membership/">https://www.instagram.com/promotionsofipg/membership/</a>	The IG	Nov-24		3.000.000
6	Seleksi Influencer Tiktok dan IG: @miringmiring	Instagram: @miringmiring TikTok: @miringmiring Engagement rate: 5.453,79 (TikTok) dan 23,88 (Instagram) Engagement rate: 1.622,32 <a href="https://www.instagram.com/miringmiring/">https://www.instagram.com/miringmiring/</a>	The IG	Nov-24		1.500.000
7	Seleksi Influencer Tiktok dan IG: @sugengpratiwi	TikTok: @sugengpratiwi Instagram: @sugengpratiwi Engagement rate: 3.813,74 (TikTok) dan 10,14 (Instagram) <a href="https://www.instagram.com/sugengpratiwi/">https://www.instagram.com/sugengpratiwi/</a>	The IG	Nov-24		100.000
8	Meeting	Meeting di awal berbulan event (IG), Meeting, dan Fance	Meeting	Nov-24		-
9	Content Creation		Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
10	Content Creation		Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
11	Content Creation		Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
12	Content Creation		Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
13	Content Creation		Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
14	Content Creation	Komen ending event/ig	Upload IG + Tiktok	Nov-24		-
15	Boost IG Minggu 1	Boosting konten	Online (Instagram)	Online (Instagram)		1.145.500
16	Boost IG Minggu 2	Boosting konten	Online (Instagram)	Online (Instagram)		1.145.500
17	Boost IG Minggu 3	Boosting konten	Online (Instagram)	Online (Instagram)		1.145.500
18	Boost IG Minggu 4	Boosting konten	Online (Instagram)	Online (Instagram)		1.145.500
19	Boosting Tiktok Minggu 1	Boosting konten	Online (TikTok)	Online (TikTok)		283.000
20	Boosting Tiktok Minggu 2	Boosting konten	Online (TikTok)	Online (TikTok)		283.000
21	Boosting Tiktok Minggu 3	Boosting konten	Online (TikTok)	Online (TikTok)		283.000

22	Boosting Tiktok Minggu 4	Boosting konten	Online (TikTok)	Online (TikTok)		283.000
23	Boosting Suplemen Whitauz	Boosting konten promosi unit whitauz				1.000.000
24	Operasional kantor	Meet up, dan rekam kanvas marketing, Meeting dengan Agam				5.000.000
25	Lang Mekan Open table	Lang Mekan open table MDC				2.500.000
26	Marketing Tools	Flayer, Show, Banner Billboard, Roll banner,				10.000.000
27						
SUBTOTAL						47.844.000

NO	NAMA EVENT	KEGIATAN	TEMPAT	WAKTU	MARSA
1	Open Table MDC	Open Table	MDC	November	35.300.000
TOTAL					35.300.000

Target Pengeluaran Bulan November					
Kategori	Jumlah	Unit	Nilai	Saldo	Saldo Awal
Marketing	3	Unit	16.000.000		1.145.500
Operasional	3	Unit	1.300.000		1.145.500
Suplemen	1	Unit	1.000.000		1.000.000
SUBTOTAL					3.391.000

  
MDC  
Marketing

  
MDC  
Marketing

Doc: Target Pengeluaran  
04.11.2024

**RENTAL ORDER / INVOICE**

To	Unit no	Unit	
LOCATION	Project Site no	Date	Monday, 12 September 2024
Project		Location	

DETAILS OF SERVICES						
No.	Description	Unit / SET	Qty	Price (Rp)	Unit Price	Total (Rp)
1	Paying Personal Transport	1	1	800,000	No	800,000
2	Shovel + Cover	1	1	21,000	No	21,000
3	Wheel + Cover	1	1	18,000	No	18,000
<b>Total</b>						<b>839,000</b>
Dikurangi (Rp)						
Kalkulasi (Rp) (Total Perhitungan)						<b>811,000</b>

Addressing: Blok 1-2-B21  
 Site Addressing: 1 8179-8182 4312 529  
 Plot Name: 1 (Eman Square)

Monday, 12 September 2024

  
**RIYAN SUPRIYA**

  
 QR Code  
 100.786.000,00

  
 BCA

No	Description	Qty	Unit	Price	Unit	Total
1	PESAL BUKU 4.5 HIGH YELLOW 21-8000000Y DMT	1	PCS	16,700		16,700
2	PESAL KEM 9035 V-VJ	1	PCS	16,100		16,100
3	DEKAS TANGKAP SGAULET HLT 1831QL	1	PCS	22,500		22,500
4	PINDA RAMBY 1500 KELAP PNP-110 AB	1	PCS	24,100		24,100
5	SDMP LADLE JAKKANTISIR SHUMA	1	PCS	19,500		19,500
6	SPATULA GAGANG KAYU SATUAN WANA SPT0016	1	PCS	22,700		22,700
7	HANTONG PLASTIK KURSIAN 35 (NO 2) TM	1	PCS	0		0
<b>Total Item : 7</b>						<b>197,200</b>
G210 M3						
Pajak 0						
<b>Total (Rp) (Diskon):</b>						<b>197,200</b>
<b>Diskon:</b>						<b>0</b>
<b>Rounding:</b>						<b>0</b>
<b>Grand Total:</b>						<b>197,200</b>
<b>BOKL</b>						<b>197,200</b>
<b>TOTAL PAID</b>						<b>197,200</b>
<b>CHANGE</b>						<b>0</b>

0218/2024-07/13/13/0204-0214  
 13/09/2024 13:47  
 JPLA \* QTY 1014  
 0218/2024-07/13/13/0204-0214  
 4.301/PCS 1/PCS 4.300  
 0218/2024-07/13/13/0204-0214  
**4.300**  
 PERBATASAN : 5.000  
 JEMBLANG : 300  
 Beres-beres yang sudah dibayar



**BERTAMBAH**  
 5000 54.651.33  
 DL. RAYA LOLOKOTO  
 BUKU-MALANG  
 TELP. 0341-894713  
 Senin, 02 September 2020 20:50:44  
 No. Ktp : 3.120.990  
 Jenis BPH : Peralat  
 Liver : 35,00  
 Harga/ liter : Rp. 50.000  
 Total : Rp. 250.000  
 Operator :  
 Verus Satrio dev Selamat Jalas



**KWITANSI / NOTA BELUM ADA**

Top Up E-Toll	: 100.000
DP Sidoarjo	: 1.000.000
Kirim Dokumen	: 50.000
Upah Tukang BBQ	: 200.000
Subsidi Boosting IH	: 200.000
Listrik Rumah Comoh	: 204.000
Pulsa	: 100.000
Open Table Dino Run	: 40.000
Lang Matak Open Table MOG	: 1.120.000
Open Table Dino Run	: 1.000.000
<b>Total</b>	<b>13.387.195</b>
<b>Termin I</b>	<b>11.800.000</b>
	<b>1.587.195</b>