

LAPORAN MAGANG
PERAN SALES ADMIN DALAM MENDUKUNG KINERJA
DIVISI SALES AND MARKETING
DI THE OBEROI BEACH RESORT BALI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)



Disusun oleh:

I Gusti Ngurah Andika Pratama Putra

2122 31994

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN
KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
JANUARI 2026

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

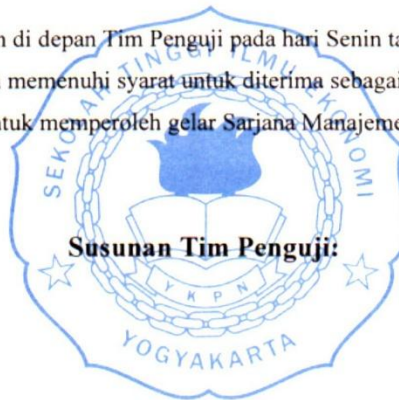
PERAN *SALES ADMIN* DALAM MENDUKUNG
KINERJA DIVISI *SALES AND MARKETING*
DI THE OBEROI BEACH RESORT BALI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

I GUSTI NGURAH ANDIKA PRATAMA PUTRA

Nomor Induk Mahasiswa: 212231994

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 26 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Noormalita Primandaru, SE., M.Sc.

Penguji

Dr. Maria Pampa Kumalaningrum, SE., M.Si.

Yogyakarta, 4 Februari 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

ABSTRAK

Laporan ini disusun sebagai pelaporan akademik atas pelaksanaan program magang di The Oberoi Beach Resort Bali pada divisi *sales and marketing* sebagai *sales admin* selama enam bulan (7 Juli 2025–6 Januari 2026) untuk memberikan pengalaman kerja langsung dan penerapan konsep manajemen perhotelan. Selama magang, penulis terlibat dalam administrasi penjualan dan pengelolaan data pemasaran yang mendukung operasional dan pengambilan keputusan manajemen. Ditemukan kendala berupa penyesuaian kebijakan *contract rate*, keterlambatan distribusi data, dan komunikasi internal yang belum optimal. Permasalahan dianalisis menggunakan pendekatan manajemen pemasaran, manajemen operasional, dan komunikasi bisnis, sehingga dirumuskan rekomendasi peningkatan koordinasi, penyusunan prosedur kerja yang lebih terstruktur, serta optimalisasi sistem informasi untuk meningkatkan efisiensi kerja.

Kata kunci: *Sales and marketing*, administrasi penjualan, industri perhotelan, manajemen pemasaran.

ABSTRACT

This report is prepared as an academic account of an internship program conducted at The Oberoi Beach Resort Bali within the sales and marketing division, with an assignment as a sales administrator, over six months (July 7, 2025–January 6, 2026) to provide practical work experience and apply management concepts in the hospitality industry. During the internship, the author was involved in sales administration and marketing data management supporting operational processes and managerial decision-making. Several challenges were identified, including adjustments to contract rate policies, delays in interdepartmental data distribution, and less effective internal communication. These issues were analyzed using marketing management, operations management, and business communication approaches, resulting in recommendations to strengthen coordination, establish more structured work procedures, and optimize information systems to improve efficiency.

Keywords: *Sales and marketing, sales administration, hospitality industry, marketing management.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan perubahan industri yang berlangsung cepat menuntut sumber daya manusia yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki keterampilan praktis dan pengalaman lapangan. Persaingan kerja yang semakin kompetitif mengharuskan lulusan perguruan tinggi lebih adaptif, profesional, dan siap menghadapi tantangan, sehingga kemampuan kerja, pengalaman industri, dan pemahaman dinamika organisasi menjadi kebutuhan penting, khususnya di bidang manajemen. Salah satu upaya mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja adalah melalui program magang sebagai bentuk pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang menghubungkan teori perkuliahan dengan praktik industri. Program ini membantu pengembangan keterampilan teknis, sikap profesional, kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta pemahaman alur kerja dan struktur organisasi. Keterlibatan langsung mahasiswa terbukti meningkatkan kompetensi pengetahuan dan keterampilan praktis sesuai kebutuhan industri (Octantio & Asnur, 2023).

Untuk memenuhi komponen pembelajaran praktis pada program studi Manajemen, penulis melaksanakan magang mandiri di The Oberoi Beach Resort Bali. Hotel berbintang lima ini dikenal memiliki reputasi pelayanan unggul dan sistem manajemen modern, dengan tuntutan standar layanan internasional serta pengelolaan pasar yang eksklusif. Penulis ditempatkan pada divisi *sales and marketing* sebagai *sales admin* untuk memperoleh pengalaman dalam pengelolaan data penjualan, penyusunan laporan administratif, serta komunikasi dengan

pelanggan dan mitra bisnis. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi profesional, kerja sama tim, dan manajemen waktu. Dengan demikian, magang di The Oberoi Beach Resort Bali menjadi sarana memperluas wawasan, mengasah keterampilan praktis, dan meningkatkan kesiapan penulis menghadapi dunia kerja secara profesional.

Tujuan

Tujuan Praktik Magang di The Oberoi Beach Resort Bali:

1. Memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di STIE YKPN Yogyakarta.
2. Menambah pengetahuan dan keterampilan di bidang administrasi penjualan dan pemasaran hotel.
3. Memberikan pengalaman praktis sebagai *sales admin*.
4. Melatih penyesuaian diri di lingkungan kerja profesional.
5. Menerapkan teori perkuliahan ke dunia kerja nyata.

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Profil Organisasi

The Oberoi Beach Resort Bali merupakan hotel mewah bintang lima di kawasan Seminyak, Badung, Bali. Awalnya dikenal sebagai Kayu Aya Club (1972), lokasi ini kemudian dikembangkan oleh arsitek Australia Peter Mueller bersama seniman lokal sehingga menampilkan sentuhan budaya Bali. Resort resmi beroperasi pada 1978 dan berkembang sebagai destinasi akomodasi mewah internasional. Berdiri di lahan sekitar 15 acre dengan garis pantai lebih dari 500 meter, arsitekturnya menonjolkan ciri khas Bali melalui paviliun beratap jerami dan bangunan rendah yang menyatu dengan lingkungan tropis.

Visi dan Misi Organisasi

Visi:

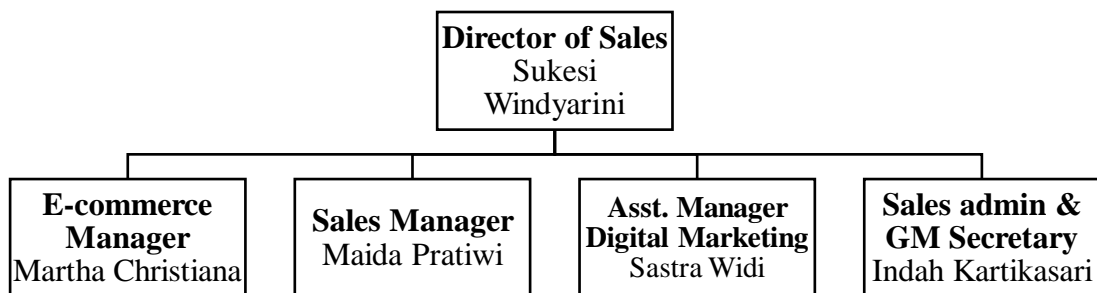
Visi The Oberoi Beach Resort Bali adalah menjadi pemimpin industri perhotelan dengan memahami kebutuhan tamu dan memberikan layanan yang melampaui harapan. Untuk mencapainya, perusahaan membangun organisasi yang fleksibel dan adaptif, didukung tenaga kerja terampil, solid, dan memiliki rasa kepemilikan. Budaya belajar berkelanjutan terus dikembangkan dengan menghargai individu dan mendorong kinerja terbaik. Selain itu, perusahaan menjunjung tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui pelestarian alam dan budaya lokal Bali.

Misi:

1. Memberikan pengalaman layanan terbaik yang berfokus pada kepuasan tamu dan melampaui harapan.

2. Mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan karyawan sebagai bagian penting kesuksesan organisasi.
3. Menjaga tradisi Oberoi dalam menghadirkan layanan inovatif berstandar internasional di lokasi strategis.
4. Memberikan nilai tambah jangka panjang bagi pemegang saham melalui keunggulan operasional dan pengelolaan yang baik.

Struktur Organisasi



Divisi *sales and marketing* memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan operasional hotel melalui penyusunan dan pelaksanaan strategi penjualan dan pemasaran untuk meningkatkan *occupancy* dan pendapatan, sekaligus menjaga *brand image* melalui promosi, kerja sama mitra, dan pemanfaatan media digital.

Berdasarkan struktur organisasi The Oberoi Beach Resort Bali, susunan jabatan dan tanggung jawab utamanya adalah:

a. Director of Sales

Memimpin divisi, menyusun strategi, mengawasi kinerja tim, dan memastikan pencapaian target penjualan.

b. E-commerce Manager

Mengelola penjualan melalui situs resmi dan *online travel agent (OTA)*, memperbarui harga dan ketersediaan kamar, serta menganalisis tren digital.

c. Sales Manager

Menjalin hubungan dengan klien dan mitra bisnis serta mendorong peningkatan hunian melalui penjualan langsung.

d. Assistant Manager Digital Marketing

Menjalankan strategi pemasaran digital, mengelola media sosial, konten promosi, dan kampanye iklan daring.

e. Sales admin & GM Secretary

Menangani administrasi divisi dan dukungan administratif bagi *general manager*, termasuk pengelolaan dokumen, penjadwalan rapat, dan koordinasi antar departemen.

Aktivitas Magang

Penulis melaksanakan magang selama enam bulan (7 Juli 2025–6 Januari 2026) di The Oberoi Beach Resort Bali. Peserta magang mengikuti ketentuan seragam: *uniform* pada Senin, Rabu, Kamis; endek Bali pada Selasa; dan batik pada Jumat, dengan jam kerja pukul 09.00–18.00 WITA.

Selama magang, penulis bertanggung jawab menyusun laporan harian terkait aktivitas dan tugas di bagian *sales admin* sebagai dokumentasi dan evaluasi kegiatan penjualan serta administrasi, dengan jenis laporan sebagai berikut:

1. *One Year Pick Up*

Report one year pick up merupakan laporan harian yang digunakan untuk memantau *occupancy*, jumlah kamar terisi, *room revenue*, dan *average room rate (ARR)* pada periode bulan berjalan. Data diperoleh dari sistem *Opera Cloud* milik The Oberoi Beach Resort Bali dalam bentuk *history & forecast*, kemudian diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Pada tahap ini, penulis menghitung tingkat okupansi harian, pendapatan kamar, serta ARR dan membandingkannya dengan periode yang sama tahun sebelumnya untuk melihat tren kinerja. Selanjutnya, laporan dikirim melalui *Outlook* kepada atasan sebagai bahan evaluasi dan pemantauan performa penjualan kamar, sehingga manajemen dapat menyusun strategi promosi yang lebih tepat.

2. *One Year Advance*

One year advance report merupakan laporan lanjutan dari *one year pick up report* yang digunakan untuk memantau *occupancy* dan *room revenue* berdasarkan masing-masing tipe kamar, sehingga menghasilkan informasi yang lebih rinci. Dalam penyusunannya, penulis mengambil data *history & forecast* dari *Opera Cloud* milik The Oberoi Beach Resort Bali yang memuat persentase hunian dan *average room rate* per tipe kamar, kemudian mengolahnya ke dalam template *Microsoft Excel*. Laporan ini membantu menganalisis performa

penjualan tiap tipe kamar, mengidentifikasi permintaan tertinggi, serta mendukung penentuan strategi harga dan promosi. Setelah selesai, laporan dikirim melalui *Outlook* kepada tim *sales* sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan penjualan kamar.

3. *Daily Report*

Daily report merupakan laporan untuk memantau jumlah kamar yang mengalami *pickup*, pembatalan (*cancellation*) *last night*, serta total pendapatan hotel dari *food and beverage (F&B)*, *mini bar*, dan *healthy spa*. Penyusunan dimulai dengan mengambil template dari folder *sales data*, lalu membuka *Outlook* untuk memperoleh data *pickup* dan *cancellation* dari bagian reservasi yang kemudian diinput sebagai pembaruan okupansi. Selanjutnya, penulis mengambil data pendapatan dari *accounting department* dan mengisi bagian *daily revenue*. Sheet 2 juga diperbarui dengan data bulanan (*occupancy*, *average room rate/ARR*, dan *room revenue*) dari *one year pick up*. Setiap Kamis, kolom *forecast and budget* disesuaikan dengan pembaruan dari *e-commerce manager*. Setelah diverifikasi, laporan dicetak dan diserahkan kepada *Director of Sales* di The Oberoi Beach Resort Bali untuk *morning briefing*. Laporan ini membantu manajemen memantau kinerja harian dan menyusun strategi penjualan yang lebih efektif.

4. *Daily Competitor Occupancy and ARR*

Daily competitor occupancy and ARR merupakan laporan harian yang memuat perbandingan *occupancy* dan *average room rate (ARR) last night* antara The

Oberoi Beach Resort Bali dan hotel pesaing sebagai dasar *benchmarking* kinerja. Penyusunan diawali dengan membuka template laporan, lalu mengambil data *room occupied* dan ARR dari *daily sales report* bagian *accounting* untuk diinput ke kolom *daily competitor*. Selanjutnya, penulis menghubungi hotel pesaing melalui telepon untuk memperoleh data *occupancy* dan ARR mereka, kemudian memasukkan seluruh data ke format *Microsoft Excel*. Setelah selesai, laporan dikirim melalui *Outlook* kepada departemen terkait termasuk *general manager*. Laporan ini membantu manajemen menilai posisi kompetitif hotel serta menjadi dasar penentuan strategi harga dan penjualan.

5. Melakukan Input Smith Travel Research (STR)

STR (Smith Travel Research) adalah platform global yang digunakan hotel untuk melaporkan dan membandingkan kinerja melalui data seperti *room sold*, *rooms revenue*, *F&B revenue*, dan *total revenue*. Penulis bertugas menginput total pendapatan *last night* milik The Oberoi Beach Resort Bali berdasarkan *daily sales report* dari bagian *accounting*. Data terlebih dahulu disusun pada template *Microsoft Excel*, kemudian dimasukkan ke situs STR dan dikirim (*submit*). Data tersebut akan dibandingkan dengan hotel sejenis di wilayah yang sama untuk menilai posisi kinerja berdasarkan *occupancy*, *average room rate (ARR)*, dan *revenue per available room (RevPAR)*, sehingga menjadi dasar evaluasi dan penyusunan strategi peningkatan daya saing hotel.

LANDASAN TEORI

1. Segmenting, Targeting, and Positioning (STP)

Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) merupakan konsep fundamental dalam strategi pemasaran untuk memahami karakteristik pasar, menentukan segmen yang dilayani, serta membangun posisi produk atau jasa di benak pasar sasaran. Pendekatan ini berangkat dari asumsi bahwa pasar bersifat heterogen sehingga perusahaan tidak dapat menggunakan satu strategi pemasaran untuk seluruh pasar. Menurut Tambunan et al. (2024), penerapan STP membantu perusahaan mengidentifikasi kelompok pasar yang relevan dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien sesuai karakteristik segmen yang dipilih, sekaligus meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran organisasi.

➤ **Segmentasi Pasar (*Segmenting*)**

Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar yang luas dan heterogen menjadi kelompok yang lebih kecil dan homogen berdasarkan karakteristik tertentu agar perusahaan dapat memahami perbedaan kebutuhan, perilaku, dan potensi pasar secara lebih spesifik. Pengelompokan ini umumnya didasarkan pada variabel demografis, geografis, psikografis, dan perilaku pembelian sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan karakteristik tiap segmen. Dengan segmentasi yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi konsumen dengan kebutuhan serupa dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, efisien, serta relevan dengan target yang dilayani (Manggu & Beni, 2021; Pulungan et al., 2023).

➤ **Penentuan Target Pasar (*Targeting*)**

Targeting merupakan tahap setelah segmentasi pasar yang berfokus pada pemilihan segmen paling potensial berdasarkan daya tarik, potensi pertumbuhan, serta kesesuaian dengan tujuan dan sumber daya perusahaan. Melalui targeting, perusahaan dapat memusatkan aktivitas pemasaran pada segmen yang memberikan nilai terbesar sehingga penggunaan sumber daya menjadi lebih efisien dan peluang keberhasilan strategi meningkat. Penentuan target pasar yang jelas juga membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih terarah, konsisten dengan karakteristik segmen terpilih, serta meningkatkan efektivitas komunikasi kepada pasar sasaran (Nadirah & Ayuningtyas, 2022).

➤ **Penentuan Posisi Pasar (*Positioning*)**

Positioning merupakan strategi perusahaan untuk menciptakan persepsi tertentu di benak konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan serta menegaskan perbedaannya dibanding pesaing. Positioning yang jelas dan konsisten membantu perusahaan membangun citra yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Shoib et al., 2024). Dalam pemasaran jasa maupun produk, positioning tidak hanya ditentukan oleh kualitas, tetapi juga pengalaman konsumen dan konsistensi strategi pemasaran. Menurut Annastia et al. (2024), positioning yang efektif mampu memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas merek.

2. Fungsi Manajemen

Manajemen merupakan serangkaian proses untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya organisasi agar tujuan tercapai secara efektif dan efisien. Fungsi-fungsi tersebut membentuk kerangka kerja sistematis bagi organisasi dalam menjalankan aktivitas operasional dan strategis secara terkoordinasi. Menurut Hariyanti et al. (2024), fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang saling berkaitan sebagai pedoman dalam mengelola sumber daya serta memastikan seluruh proses berjalan sesuai tujuan organisasi.

➤ **Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang berfokus pada penetapan tujuan organisasi dan penyusunan langkah untuk mencapainya, sehingga menjadi dasar bagi pelaksanaan fungsi manajemen lainnya. Menurut Susilowati & Septyaningrum (2020), perencanaan mencakup penentuan sasaran kerja, penyusunan program kegiatan, serta pengalokasian sumber daya agar aktivitas berjalan efektif. Perencanaan yang jelas membantu organisasi mengantisipasi perubahan dan meminimalkan ketidakpastian.

➤ **Pengorganisasian (*Organizing*)**

Organizing atau pengorganisasian merupakan fungsi manajemen yang berkaitan dengan penataan struktur kerja, pembagian tugas, penetapan wewenang, dan hubungan antarunit dalam organisasi agar setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya. Pengorganisasian membantu membentuk struktur kerja yang efektif melalui pengelompokan tugas, distribusi wewenang, dan koordinasi antarbagian sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara optimal (Nurindriani &

Prakoso, 2021). Selain itu, Nurhikmah (2021) menegaskan bahwa pengorganisasian memastikan pembagian tugas dan sumber daya berlangsung efisien sehingga aktivitas kerja berjalan lancar, teratur, dan mendukung efektivitas proses manajerial secara keseluruhan.

➤ **Pengarahan (*Actuating*)**

Pengarahan merupakan fungsi manajemen yang berfokus pada upaya menggerakkan dan memotivasi sumber daya manusia agar melaksanakan tugas sesuai rencana yang telah ditetapkan melalui kepemimpinan, komunikasi, dan pemberian motivasi. Menurut Ayu & M. Nawawi (2024), pengarahan berperan penting dalam memastikan rencana kerja dapat diimplementasikan secara efektif serta mampu meningkatkan komitmen dan partisipasi anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama.

➤ **Pengendalian (*Controlling*)**

Controlling merupakan fungsi manajemen yang bertujuan memastikan aktivitas organisasi berjalan sesuai rencana dan standar melalui pengukuran kinerja, evaluasi hasil, serta tindakan korektif bila terjadi penyimpangan. Menurut Asni et al. (2024), pengendalian penting untuk menilai kesesuaian kegiatan operasional dengan target yang telah ditetapkan. Selain itu, Jeka et al. (2024) menyatakan bahwa pengendalian berperan menjaga kualitas hasil kerja, mendeteksi masalah sejak dini, serta menyediakan umpan balik untuk perbaikan proses di masa mendatang.

3. Sumber Daya Manusia Dalam Pelaksanaan Kinerja

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam kelancaran operasional organisasi karena kinerjanya dipengaruhi oleh kemampuan individu, beban kerja,

dan koordinasi tugas. Pengelolaan yang kurang baik dapat menimbulkan *human error* yang berdampak pada efektivitas operasional (Susanthi et al., 2022). Kesalahan tersebut dapat muncul akibat kurangnya ketelitian, tingginya beban kerja, keterbatasan waktu, maupun koordinasi yang belum optimal. Selain itu, koordinasi yang lemah berpotensi menimbulkan miskomunikasi, duplikasi pekerjaan, dan keterlambatan penyelesaian tugas (Pratama, 2022). Oleh karena itu, teori sumber daya manusia digunakan untuk memahami bagaimana faktor manusia memengaruhi proses kerja dan memicu *human error*, sehingga menjadi dasar analisis permasalahan operasional serta perbaikan alur kerja atau sistem pendukung yang relevan.

4. Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan pedoman kerja tertulis yang mengatur tahapan dan tata cara pelaksanaan aktivitas operasional agar pekerjaan dilakukan secara konsisten sesuai standar. SOP memberikan kejelasan alur kerja dan menjadi acuan bagi sumber daya manusia sehingga mampu meminimalkan kesalahan dan meningkatkan efisiensi (Setiyawan et al., 2023). Selain sebagai pedoman teknis, SOP berfungsi sebagai alat pengendalian internal untuk menjaga konsistensi dan kepatuhan karyawan terhadap aturan organisasi (Rahmawati et al., 2025). Mahesa et al. (2024) menambahkan bahwa SOP juga berperan sebagai sarana koordinasi dan pengawasan yang dapat meningkatkan ketepatan waktu, akurasi kerja, serta menekan risiko *human error*. Dengan demikian, SOP menjadi instrumen penting untuk mendukung efektivitas, konsistensi, dan kualitas proses operasional organisasi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

Selama enam bulan menjalani kegiatan magang di The Oberoi Beach Resort Bali sebagai *sales admin*, ditemukan beberapa permasalahan yang mempengaruhi efektivitas operasional pada divisi *sales and marketing* yaitu:

1. Perubahan penetapan harga *contract rate* yang diberikan hotel kepada agen

Setiap tahun, The Oberoi Beach Resort Bali menetapkan *contract rate* bagi agen yang bekerja sama, yang dapat berubah akibat penambahan properti kamar atau fasilitas tamu. Perubahan ini menuntut penyesuaian harga, namun dalam praktiknya beberapa agen menolak kenaikan tersebut karena produksi *room night* mereka belum signifikan. Agen umumnya membutuhkan harga relatif rendah pada tahap awal untuk membuka dan mengembangkan pasar, sehingga harga awal yang terlalu tinggi dinilai dapat menghambat upaya menarik permintaan.

2. Keterlambatan penerimaan data dari departemen lain

Laporan *daily sales* dari accounting sering terlambat karena *human error* dan kendala sistem. Pendapatan dari departemen F&B dan SPA yang diinput ke Micros terkadang tidak tercatat akibat proses *closing* tidak dilakukan. Akibatnya, accounting harus menghitung manual melalui Ecobilzz, sehingga membutuhkan waktu tambahan dan menyebabkan keterlambatan *daily sales* sebagai data utama untuk *morning briefing*.

3. Komunikasi antar departemen belum optimal

Perubahan nilai *book keeping* tidak selalu tersosialisasi merata ke departemen terkait. Akibat kurangnya koordinasi antara accounting dan reception, konversi pendapatan dari IDR ke USD pada laporan *one year pick up, one year advance*, dan *daily report* sering menggunakan nilai yang tidak sesuai, sehingga menimbulkan ketidaksesuaian dengan kondisi aktual.

Pembahasan

Penulis berupaya merumuskan solusi atas berbagai kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan magang di The Oberoi Beach Resort Bali. Dalam penyusunan solusi tersebut, penulis mengacu pada sejumlah teori yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi.

1. Perubahan penetapan harga *contract rate* yang diberikan hotel kepada agen

Permasalahan penetapan *contract rate* dapat dianalisis melalui perspektif STP karena membantu hotel mengelompokkan agen berdasarkan potensi dan karakteristiknya. Solusi yang dapat diterapkan adalah pemberian fasilitas kredit atau skema cicilan bagi agen yang masih mengembangkan pasar. Kebijakan ini mencerminkan proses segmentasi dan targeting, sekaligus memperkuat positioning hotel sebagai mitra yang fleksibel. Dampaknya, beban finansial agen berkurang dan hubungan kerja sama dapat terjaga lebih berkelanjutan.

2. Keterlambatan penerimaan data dari departemen lain

Permasalahan keterlambatan penerimaan data *daily sales* dapat dianalisis melalui perspektif fungsi manajemen, khususnya perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian. Keterlambatan yang dipicu oleh *human error* maupun kendala sistem menunjukkan bahwa pengaturan alur kerja belum

optimal. Solusi yang dapat diterapkan adalah menetapkan *cut off time* yang jelas untuk input dan closing pendapatan oleh departemen terkait serta mempertegas pembagian tanggung jawab antar bagian. Selain itu, bagian accounting perlu menerapkan sistem pengingat atau pengecekan otomatis sebagai bentuk pengendalian. Dengan dukungan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, langkah ini dapat meminimalkan kesalahan kerja dan meningkatkan ketepatan waktu pelaporan *daily sales*.

3. Komunikasi antar departemen belum optimal

Permasalahan tidak tersampainya perubahan nilai *book keeping* secara merata menunjukkan belum optimalnya SOP komunikasi antar departemen, sehingga data yang digunakan tiap bagian berpotensi tidak konsisten dengan kondisi keuangan sebenarnya. Untuk mengatasinya, perlu disusun SOP komunikasi keuangan yang mengatur informasi yang wajib disampaikan, penanggung jawab, media, dan waktu penyampaian dari accounting ke departemen terkait. Secara teoretis, SOP berfungsi sebagai pedoman sekaligus alat pengendalian internal yang mampu menjaga konsistensi, meningkatkan koordinasi, serta meminimalkan risiko *human error*, sehingga akurasi dan ketepatan waktu pelaporan dapat lebih terjamin.

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Kesimpulan

Pelaksanaan magang enam bulan di The Oberoi Beach Resort Bali pada divisi *sales and marketing* sebagai *sales admin* memberikan pengalaman kerja yang berharga bagi penulis dalam memahami operasional industri perhotelan, terutama terkait administrasi pemasaran, pengelolaan data, dan penyusunan laporan manajerial. Selama magang, penulis terlibat dalam pembuatan laporan seperti *one year pick up*, *one year advance*, *daily report*, *daily competitor occupancy and ARR*, penginputan data STR, serta pengolahan *sales figures*, yang meningkatkan kemampuan teknis, ketelitian, disiplin, dan pemahaman sistem kerja profesional. Kendala seperti penyesuaian *contract rate* yang belum sepenuhnya diterima agen, keterlambatan data *daily sales*, dan komunikasi antar departemen yang kurang optimal sempat memengaruhi efektivitas kerja. Secara keseluruhan, pengalaman magang ini memberikan pembelajaran praktis yang relevan dan menjadi bekal penting bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja.

Rekomendasi

Berdasarkan pengalaman penulis selama melaksanakan kegiatan magang di The Oberoi Beach Resort Bali, beberapa rekomendasi diajukan untuk mendukung peningkatan kinerja dan perbaikan proses kerja. Pertama, bagi pihak hotel, perlu dilakukan penguatan koordinasi antar departemen melalui penyusunan *standar operasional prosedur (SOP)* yang lebih jelas, terutama terkait alur pengelolaan data, penetapan waktu penginputan, serta mekanisme distribusi informasi, disertai pengawasan sistem yang konsisten agar akurasi data dan kualitas pengambilan

keputusan manajerial meningkat. Kedua, bagi institusi pendidikan, program magang perlu terus diselaraskan dengan kebutuhan industri melalui pembekalan teknis dan etika kerja yang lebih komprehensif, peningkatan komunikasi dengan perusahaan mitra, serta evaluasi berkala agar kesesuaian antara teori perkuliahan dan praktik lapangan semakin optimal. Ketiga, bagi mahasiswa magang, diperlukan persiapan yang matang baik dari aspek kompetensi maupun sikap profesional, termasuk kemampuan adaptasi, ketelitian, komunikasi efektif, serta inisiatif belajar yang tinggi agar pengalaman magang dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai bekal memasuki dunia kerja.

Refleksi Diri

Pelaksanaan kegiatan magang di The Oberoi Beach Resort Bali memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami dunia kerja industri perhotelan, khususnya melalui peran sebagai *sales admin* pada divisi *sales and marketing*. Kegiatan ini memungkinkan penulis mengaplikasikan teori yang telah dipelajari, seperti *Segmenting, Targeting, and Positioning (STP)*, fungsi manajemen, sumber daya manusia, serta *standar operasional prosedur (SOP)*, ke dalam praktik kerja nyata, sekaligus memperkuat pemahaman tentang pentingnya ketelitian, koordinasi, dan pengendalian proses kerja untuk meminimalkan *human error*. Berbagai tantangan selama magang juga mendorong penulis meningkatkan kemampuan adaptasi, komunikasi, dan manajemen waktu, serta menumbuhkan sikap profesional, kerja sama tim, dan tanggung jawab. Secara keseluruhan, pengalaman ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kompetensi penulis sebagai bekal memasuki dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Annastia, E., Narimawati, U., & Suyanto, R. (2024). *ANALISIS STRATEGI SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING PEMASARAN DI KLINIK PRATAMA AMANAH MEDICAL AND DENTAL CLINIC (AMDC) TASIKMALAYA*. 8(3), 1585–1594.
- Asni, Dasalinda, D., & Chairunnisa, D. (2024). *Penerapan Fungsi Manajemen POAC (Planning , Organizing , Actuating , And Controlling) dalam Layanan Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah*. 9(1), 357–364.
- Ayu, S. S., & M. Nawawi, Z. (2024). *Penerapan Planning , Organizing , Actuating , And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam*. 3(1), 51–68.
- Hariyanti, Sari, N., & Zaki, A. (2024). *Penerapan Fungsi Manajemen (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) Kepala Madrasah MIS Halwani Gebang*. 1(5), 886–897.
- Jeka, F., Samsu, Indriyani, T., & Asrulla. (2024). *PENERAPAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN DALAM PENGEMBANGAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*. 15(1), 189–197.
- Mahesa, F. P., Karnati, N., & Ahmad, M. (2024). *Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelatihan di UPT Pelatihan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta*. 6(2), 38–53.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). *ANALISIS PENERAPAN SEGMENTAS I , TARGETING , POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN*. 25(1), 27–34.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Nadirah, N. E. F., & Ayuningtyas, D. (2022). *ANALISIS STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DAN 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) INSTALASI RAWAT INAP DI RS TRIMITRA CIBINONG TAHUN 2023*. 7(10). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13188>
- Nurhikmah. (2021). *EDUCATIONAL MANAGEMENT FUNCTIONS: PLANNING, ORGANIZING, ACTUATING, CONTROLLING*.
- Nurindriani, A., & Prakoso, A. A. (2021). *Penerapan Pola Manajemen Planning Organizing Actuating Controlling (POAC) di KB Bina Prestasi Penusupan Tegal*. 3. <https://doi.org/10.35473/ijec.v3i2.987>

- Octantio, A. De, & Asnur, L. (2023). *Kompetensi Operasional Pengalaman Lapangan Industri Prodi D4 Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang*. 7(2), 184–192.
- Pratama, F. A. (2022). *PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BURNOUT, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA DENGAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PEGAWAI SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN BOYOLALI*.
- Pulungan, F. A., Piliang, M. I., Fauzan, I. H., & Asnan, H. (2023). *STRATEGI STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) PADA 90° COFFEE DI PEMATANG SIANTAR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 103–116.
- Rahmawati, A. P., Wolor, C. W., & Utari, E. D. (2025). *Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Kerja Pada PT XLSmart*. 3(5), 201–207.
- Setiyawan, D., Fitriani, A., Veronica, C. A., & Suryati, A. (2023). *DAMPAK PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) TERHADAP KINERJA KARYAWAN RUMAH SAKIT UMUM RADJAK HOSPITAL SALEMBA*. 2(2).
- Shoib, A. A., Dewi, A. P., Prista, D., & Wahyu, F. D. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran STP (Segmenting , Targeting , Positioning) pada UMKM Pengrajin Keramik (Studi Kasus pada UMKM Denis Souvenir Sulastri)*. 2.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI)*. 12(1), 70–83.
- Susanthi, Fitriyah, S., & Rahmawati, A. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Human Error Pada Tenaga Kerja Bagian Produksi Di PT . X Tahun 2022*. 9(1), 64–69.
- Susilowati, & Septyaningrum, R. (2020). *PELAKSANAAN FUNGSI MANAJEMEN PERKANTORAN POAC (PLANNING, ORGANIZING, ACTUATING, CONTROLLING) UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KERJA PADA BAGIAN TEKNIK DI PT PLN (PERSERO) ULP RAYON BANGIL*. 76–86.
- Tambunan, R. T., Nasution, M. L. I., & Syarvina, W. (2024). *ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING (STP) DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SMART IB*

MAKBUL PADA NASABAH BANK SUMUT SYARIAH SIMPANG KAYU BESAR. 10(01), 1–10.

Wajhul, A., Muhammad, M., & Tenrisau, A. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce. 8(1), 1293–1298.*