



STRATEGI *EMPLOYEE ADVOCACY* DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA GOLD DRIP COFFEE

INESYA YULIANI PUTRI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi *Employee Advocacy* dalam Peningkatan Penjualan pada Gold Drip Coffee” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Inesya Yuliani Putri
K14180032

@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

IPB University



ABSTRAK

INESYA YULIANI PUTRI. Strategi *Employee Advocacy* dalam Peningkatan Penjualan pada Gold Drip Coffee. Dibimbing oleh NUR HASANAH dan SITI JAHROH.

Persaingan dalam industri kedai kopi mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan strategi pemasaran yang adaptif. Gold Drip Coffee mengalami stagnasi omzet dan memerlukan strategi yang sesuai dengan kondisi internal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tahapan implementasi strategi *employee advocacy*, mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan penjualan, serta merumuskan implikasi manajerial. Penelitian ini merupakan *action research* dengan pendekatan deskriptif yang dilaksanakan pada Juni–Oktober 2022. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Strategi *employee advocacy* dilaksanakan dengan melibatkan seluruh karyawan dalam promosi melalui media sosial pribadi maupun komunikasi personal. Pendekatan ini dinilai relevan bagi UMKM kedai kopi karena hemat biaya dan memanfaatkan potensi jejaring sosial internal. Strategi diimplementasikan melalui enam tahapan dan dilaksanakan dalam tiga batch rekrutmen karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini mendorong peningkatan omzet bulanan sebesar 130%, serta membentuk budaya kerja yang partisipatif. Implikasi manajerial mencakup penyusunan SOP *reward* dan *punishment*, penunjukan figur *advocacy leader*, serta pemanfaatan eks karyawan sebagai mitra promosi.

Kata kunci: hemat biaya, strategi pemasaran, UMKM kedai kopi

ABSTRACT

INESYA YULIANI PUTRI. Employee Advocacy Strategy to Increase Sales at Gold Drip Coffee. Supervised by NUR HASANAH and SITI JAHROH.

The competition in the coffee shop industry encouraged MSMEs to adopt adaptive marketing strategies. Gold Drip Coffee experienced stagnant sales and required a strategy aligned with its internal conditions. This study aimed to analyze the stages of employee advocacy strategy implementation, evaluate its impact on sales growth, and formulate managerial implications. The research was conducted as action research with a descriptive approach from June to October 2022. Data were collected through interviews with the owner, observation, documentation, and literature review. The employee advocacy strategy was implemented by involving all employees in promotional activities through personal social media and interpersonal communication. This approach was considered relevant for MSME coffee shops due to its cost effectiveness and the use of internal social networks. The strategy was implemented in six stages and executed in three batches of employee recruitment. The results showed that this strategy contributed to a 130% increase in monthly revenue and fostered a culture of participatory work. Managerial implications included the development of reward and punishment SOPs, the appointment of an advocacy leader, and the engagement of former employees as informal promotional partners.

Keywords: cost efficiency, marketing strategy, MSME coffee shop

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI *EMPLOYEE ADVOCACY* DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA GOLD DRIP COFFEE

INESYA YULIANI PUTRI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Khairiyah Kamilah S.E, M.Si
- 2 Achmad Fadillah S.E., M.Sc., Ph.D



Judul Skripsi : Strategi *Employee Advocacy* dalam Peningkatan Penjualan pada Gold Drip Coffee

Nama : Inesya Yuliani Putri

NIM : K14180032

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng.



Pembimbing 2:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 19771126 200812 2 001



Tanggal Ujian: 24 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi *Employee Advocacy* dalam Peningkatan Penjualan pada Gold Drip Coffee” dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari tugas akhir untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor.

Penelitian ini dapat terlaksana berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. dan Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan arahan, masukan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Annisa Ramadanti, S.E., M.M. atas kontribusi dan arahnya selama proses penyusunan skripsi ini. Penghargaan yang sebesar-besarnya juga penulis tujukan kepada Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen moderator seminar, serta dosen penguji, yaitu Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si. dan Achmad Fadillah, S.E., M.Sc., Ph.D. atas kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Apresiasi penulis sampaikan kepada seluruh tim internal Gold Drip Coffee yang telah memberikan dukungan, kerja sama, dan data yang sangat berarti selama proses penelitian ini. Kolaborasi dan keterbukaan yang diberikan menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua atas doa dan dukungan yang menjadi landasan utama selama menempuh pendidikan. Kepada suami, Yudha Darmawan Gustavianto, S.Kom terima kasih atas pengertian, kesabaran, dan dukungan yang turut menguatkan penulis sepanjang proses studi. Untuk anak tercinta, Alesha Shaqueena Zareen, terima kasih telah menjadi sumber semangat untuk terus belajar dan bertumbuh. Terima kasih juga kepada Adik Farrel Raditya Chandra dan Adik Rayhan Fernando Chandra, atas kebersamaan yang berarti. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman Sekolah Bisnis yang telah menjadi teman berbagi, berdiskusi, dan tumbuh bersama dalam perjalanan akademik ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan serta turut berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025
Penulis



x

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
11 Latar Belakang	1
12 Rumusan Masalah	3
13 Tujuan	3
14 Manfaat	3
15 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Strategi <i>Employee Advocacy</i>	4
2.2 Lingkungan Bisnis	6
2.3 Peningkatan Penjualan	6
2.4 Kerangka Pemikiran	7
III METODE	9
3.1 Lokasi dan Waktu	9
3.2 Jenis dan Sumber Data	9
3.3 Teknik Penentuan Responden	9
3.4 Teknik Pengumpulan Data	10
3.5 Teknik Analisis dan Pengolahan Data	10
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	12
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	12
4.2 Analisis Tahapan Implementasi Strategi <i>Employee Advocacy</i>	13
4.3 Evaluasi Dampak Implementasi Strategi <i>Employee Advocacy</i>	24
4.4 Implikasi Manajerial	27
V SIMPULAN DAN SARAN	29
51 Simpulan	29
52 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	32
RIWAYAT HIDUP	40

DAFTAR TABEL

1	Jenis dan sumber data penelitian	9
2	Struktur organisasi dan tugas di Gold Drip Coffee	13
3	Alur strategi rekrutmen	16
4	Rangkuman hasil rapat kreatif perencanaan strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	18
5	Hasil pengembangan dan implementasi strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	21
6	Perencanaan jangka panjang strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	23
7	Perbandingan omzet bulanan sebelum dan sesudah implementasi strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	24
8	Implikasi manajerial terhadap strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	27

DAFTAR GAMBAR

1	Konsumsi kopi di Indonesia tahun 2010–2021	1
2	Grafik penurunan dan stagnasi omzet Gold Drip Coffee	1
3	Tahapan perencanaan dan implementasi <i>employee advocacy</i>	5
4	Kerangka pemikiran	8
5	Tahapan implementasi strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	13
6	Sumber informasi pendaftar mengenai lowongan <i>part time batch 2</i> di Gold Drip Coffee	20
7	Sumber informasi pendaftar mengenai lowongan <i>part time batch 3</i> di Gold Drip Coffee	21

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisisioner penelitian (wawancara internal-pemilik)	35
2	Poster rekrutmen karyawan <i>part time</i> posisi <i>helper</i> di Gold Drip Coffee	38
3	Formulir pendaftaran karyawan <i>part time batch 2</i> dalam program strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	38
4	Formulir pendaftaran karyawan <i>part time batch 3</i> dalam program strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	39
5	Dokumentasi <i>first gathering</i> kandidat <i>batch 1</i> di Gold Drip Coffee	39
6	Dokumentasi <i>first gathering</i> kandidat <i>batch 2</i> di Gold Drip Coffee	40
7	Dokumentasi <i>first gathering</i> kandidat <i>batch 3</i> di Gold Drip Coffee	40
8	Dokumentasi aktivitas promosi digital melalui Instagram <i>live</i> oleh karyawan <i>part time</i> di Gold Drip Coffee	41

9	Dokumentasi aktivitas promosi digital melalui Instagram <i>story</i> oleh karyawan <i>part time</i> di Gold Drip Coffee	41
10	Bukti keterlibatan karyawan dalam promosi strategi <i>employee advocacy</i> melalui jejaring sosial langsung	42
11	Dokumentasi kolaborasi tim dalam mendukung pelaksanaan strategi <i>employee advocacy</i> di Gold Drip Coffee	42