

HASIL WAWANCARA PENELITIAN

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Analisis Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Salam dan Pengantar

Peneliti (Tekun):

Ya'ahowu Ibu, selamat pagi. Terima kasih sudah bersedia meluangkan waktu untuk saya wawancarai. Perkenalkan Bu, saya Tekun Luas Rejeki Lase, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Tujuan saya melakukan wawancara ini adalah untuk menggali informasi mengenai strategi branding yang selama ini diterapkan di UD. Lisna, serta bagaimana pengaruhnya terhadap penjualan produk keripik dan minyak kelapa murni (VCO). Hasil wawancara ini nantinya akan saya gunakan sebagai data dalam penyusunan skripsi saya. Apabila Ibu bersedia, saya ingin mulai dengan beberapa pertanyaan yang telah saya susun seperti yang sudah saya sampaikan sebelumnya.

No.	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan (Ibu Filiati Gulo)
1	Bagaimana Ibu melihat strategi branding yang selama ini telah diterapkan oleh UD. Lisna dalam memasarkan produk keripik dan VCO?	Kalau saya lihat, jujur strateginya masih sederhana ya, Mas. Kita lebih banyak jualan dari mulut ke mulut, kadang ikut pameran UMKM. Belum terlalu fokus bikin branding yang kuat, soalnya tenaga sama biayanya terbatas.
2	Menurut Ibu, apa saja upaya yang sudah dilakukan UD. Lisna untuk memperkenalkan mereknya ke masyarakat luas?	Upaya yang sudah dilakukan, paling kami rajin bagi-bagi sampel gratis waktu acara desa, terus promosi lewat Facebook pribadi. Kadang juga titip jual di warung tetangga. Belum ada promosi yang rutin atau besar-besaran.
3	Apakah UD. Lisna sudah memiliki logo, slogan, dan desain kemasan yang mencerminkan identitas merek secara jelas? Bisa dijelaskan bagaimana penerapannya?	Logo sudah ada, tapi masih sangat sederhana, cuma tulisan nama usaha. Slogannya belum ada yang resmi, hanya sebatas kata-kata promosi biasa. Desain kemasan juga masih polos, cuma plastik bening ditempel stiker nama UD. Lisna. Belum sempat kita buat yang lebih menarik.
4	Sejauh mana menurut Ibu konsumen menunjukkan kesetiaan terhadap produk UD. Lisna, misalnya dalam bentuk pembelian ulang atau	Lumayan ada yang loyal, terutama tetangga sekitar sama pelanggan lama yang sudah tahu rasanya. Mereka sering beli ulang, kadang bawa teman. Tapi kalau konsumen baru, masih perlu

	rekomendasi ke orang lain?	diyakinkan dulu biar mau coba.
5	Apa yang menurut Ibu menjadi alasan utama konsumen tetap atau tidak tetap memilih produk UD. Lisna?	Yang tetap beli biasanya karena rasanya enak, alami, dan harga bersahabat. Tapi yang belum tetap kadang ragu karena kemasannya nggak menarik atau kurang percaya kualitasnya dibanding merek terkenal.
6	Apakah masyarakat sekitar sudah cukup mengenal produk UD. Lisna? Bagaimana Ibu menilai tingkat kesadaran merek dari konsumen terhadap produk ini?	Kalau sekitar kampung sini, sudah lumayan kenal. Tapi kalau di luar Kecamatan Gunungsitoli Barat, masih banyak yang belum tahu. Jadi tingkat kesadarannya menurut saya masih rendah. Biarpun kita juga sebenarnya udah sering ikut-ikutan event kalau ada acara pameran di Pemerintahan Kota, bahkan diluar daerah juga sudah pernah.
7	Menurut Ibu, media atau cara apa yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek UD. Lisna?	Saya rasa media sosial itu paling efektif, terutama Facebook sama WhatsApp. Juga kalau bisa bikin brosur dan kemasan lebih menarik. Kalau ada dana, pasang spanduk di tempat ramai juga bagus.
8	Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk keripik dan VCO dari UD. Lisna?	Mayoritas bilang produknya enak dan berkualitas. Keripiknya gurih tanpa bahan pengawet, VCO juga murni. Tapi ada juga yang pernah komentar kemasan kurang rapi.
9	Apakah Ibu pernah menerima umpan balik atau keluhan dari konsumen terkait kualitas produk? Jika ya, bisa diceritakan?	Pernah beberapa kali ada yang komplain keripiknya cepat melempem kalau lama disimpan. Makanya sekarang saya mulai coba kemasan lebih tebal. Untuk VCO, ada juga yang tanya soal izin BPOM, jadi itu yang sedang diurus.
10	Menurut Ibu, apakah ada hubungan antara strategi branding yang dilakukan dengan peningkatan atau penurunan volume penjualan produk?	Pasti ada pengaruhnya. Kalau brandingnya kurang, orang jadi nggak ingat produknya. Kalau ada promosi, biasanya penjualan naik walau sebentar. Jadi branding memang penting untuk jangka panjang.
11	Apakah sejak dilakukan upaya branding tertentu (misalnya promosi media sosial atau perubahan kemasan), terjadi perubahan dalam pendapatan penjualan?	Sedikit ada peningkatan waktu saya lebih aktif posting di Facebook, beberapa orang baru mulai pesan. Tapi karena nggak konsisten promosi, akhirnya stabil lagi. Jadi pengaruhnya ada, tapi belum maksimal.
12	Bagaimana perkembangan volume penjualan produk UD. Lisna selama ini? Apakah cenderung naik, turun, atau stagnan?	Kalau saya lihat, cenderung stagnan. Ada naik sedikit waktu musim hajatan atau acara sekolah, tapi selebihnya rata-rata saja.
13	Menurut Ibu, faktor apa yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan produk?	Faktor yang paling berpengaruh itu promosi sama kemasan. Kalau promosinya rutin dan kemasan lebih bagus, pembeli lebih tertarik. Selain itu, harga juga harus bersaing.
14	Apakah strategi branding yang dilakukan selama ini sudah cukup berdampak terhadap keuntungan?	Belum terlalu terasa dampaknya ke keuntungan, soalnya brandingnya masih terbatas. Penjualan banyak bergantung ke pelanggan lama. Kalau

	usaha atau profitabilitas UD. Lisna? Mengapa demikian?	branding lebih serius, saya yakin keuntungan bisa naik.
15	Menurut Ibu, apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam strategi branding agar dapat benar-benar mendorong penjualan dan meningkatkan keuntungan?	Yang pertama, desain logo dan kemasan harus diperbaiki biar lebih profesional. Kedua, promosi media sosial harus rutin dan menarik. Ketiga, kalau bisa buat slogan yang gampang diingat. Dan yang penting juga, cari sertifikasi produk supaya konsumen lebih percaya.

Penutup

Peneliti (Tekun):

Terima kasih banyak Ibu atas jawaban-jawaban yang sangat membantu dan terbuka. Semua informasi ini akan sangat berguna untuk penelitian saya. Semoga ke depannya usaha UD. Lisna semakin maju dan produknya makin dikenal masyarakat luas.

HASIL WAWANCARA PENELITIAN

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Analisis Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Salam dan Pengantar

Peneliti (Tekun):

Ya'ahowu Ibu, Selamat pagi Bapak/Ibu dan Saudari sekalian. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk saya wawancarai. Perkenalkan, saya Tekun Luas Rejeki Lase, mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen. Wawancara ini saya lakukan dalam rangka pengumpulan data skripsi saya yang berjudul "Analisis Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli."

Tujuan saya adalah menggali pengalaman, pendapat, dan masukan dari Bapak/Ibu sekalian mengenai strategi branding yang sudah dilakukan di UD. Lisna, dampaknya terhadap penjualan, dan apa saja yang masih bisa diperbaiki. Jika berkenan, saya akan mulai dengan beberapa pertanyaan.

No.	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan Ibu Yamifati Zebua (Karyawan)	Jawaban Informan Bapak Samaeli Zebua (Karyawan)	Jawaban Informan Riang Zebua (Karyawan)
1	Bagaimana Bapak/Ibu melihat strategi branding yang selama ini telah diterapkan oleh UD. Lisna dalam memasarkan produk keripik dan VCO?	Menurut saya brandingnya masih sederhana banget ya, paling promosi dari omongan pelanggan dan postingan Facebook Ibu Pemilik. Belum ada strategi yang lebih luas atau rutin.	Kalau saya lihat, belum maksimal brandingnya. Masih fokus di sekitar kampung saja. Logo sama nama usaha ada, tapi belum terlalu dikenal banyak orang.	Sejauh ini brandingnya lebih ke promosi mulut ke mulut sama sedikit posting media sosial. Belum ada iklan yang rutin jalan tiap minggu.
2	Menurut Bapak/Ibu, apa saja upaya yang sudah dilakukan UD. Lisna untuk	Biasanya kita ikut pameran UMKM kalau ada acara desa, sama bagi-	Pernah juga kita titip barang di warung dan kios, terus tempel stiker	Sering bagi tester gratis ke tetangga, terus posting foto produk di WA

	memperkenalkan mereknya ke masyarakat luas?	bagi sampel gratis. Kadang juga bikin posting di Facebook.	nama UD. Lisna di kemasan. Tapi belum ada spanduk besar.	Story dan grup kampung.
3	Apakah UD. Lisna sudah memiliki logo, slogan, dan desain kemasan yang mencerminkan identitas merek secara jelas? Bisa dijelaskan bagaimana penerapannya?	Logo sudah ada walau simpel, cuma tulisan UD. Lisna. Slogan belum ada yang tetap. Kemasan juga masih plastik biasa ditempel stiker.	Logo sama stiker nama ada, tapi desainnya belum profesional. Slogan belum pernah dibuat. Kemasan masih polos saja.	Logo ada tempelan stiker, tapi belum pakai desain warna-warni. Slogan belum ada, kemasan plastik bening aja.
4	Sejauh mana menurut Bapak/Ibu konsumen menunjukkan kesetiaan terhadap produk UD. Lisna, misalnya dalam bentuk pembelian ulang atau rekomendasi ke orang lain?	Kalau pelanggan lama, rata-rata setia beli ulang. Tapi yang baru kenal, kadang coba sekali aja.	Beberapa pelanggan tetap sering pesan, apalagi kalau buat oleh-oleh. Tapi banyak juga yang belum rutin beli.	Pelanggan sekitar rumah lumayan setia. Kalau dari luar daerah, belum banyak yang langganan.
5	Apa yang menurut Bapak/Ibu menjadi alasan utama konsumen tetap atau tidak tetap memilih produk UD. Lisna?	Kalau yang tetap beli biasanya karena rasanya enak sama harganya pas. Yang belum tetap, mungkin karena kemasan kurang menarik.	Alasan tetap beli karena rasanya alami. Yang nggak rutin beli biasanya kurang percaya kualitasnya karena belum kenal mereknya.	Yang setia beli suka rasa gurihnya. Kalau yang jarang beli, kebanyakan belum tahu produk ini.
6	Apakah masyarakat sekitar sudah cukup mengenal produk UD. Lisna? Bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kesadaran merek dari konsumen terhadap produk ini?	Sekitar desa lumayan banyak yang tahu. Tapi di luar sini, belum banyak yang kenal.	Kalau orang kampung sudah kenal. Konsumen di kota Gunungsitoli masih sedikit yang tahu.	Tingkat kesadarannya masih rendah kalau di luar desa. Banyak yang baru tahu kalau dikasih sampel.
7	Menurut Bapak/Ibu, media atau cara apa yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek UD. Lisna?	Menurut saya media sosial seperti Facebook, WA, sama Instagram kalau bisa dimanfaatkan lebih rutin.	Pasang spanduk di pinggir jalan sama promosi online itu bagus. Brosur juga bisa membantu.	Media sosial itu penting, sama bikin kemasan yang lebih menarik supaya gampang dikenal.
8	Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas produk keripik dan VCO dari UD. Lisna?	Rata-rata bilang enak, alami, dan sehat. Jarang ada yang komplain soal rasa.	Mereka suka karena tanpa pengawet dan rasanya gurih. Ada yang bilang	Kebanyakan puas sama rasa. VCO juga dibidang wangi dan murni.

			keripik cepat melempem kalau lama disimpan.	
9	Apakah Bapak/Ibu pernah menerima umpan balik atau keluhan dari konsumen terkait kualitas produk? Jika ya, bisa diceritakan?	Pernah ada yang bilang kemasan kurang kuat, jadi gampang robek.	Ya, beberapa kali ada yang tanya soal izin kesehatan atau label halal.	Keluhan paling sering soal keripik cepat melempem. Jadi kita mulai coba plastik lebih tebal.
10	Menurut Bapak/Ibu, apakah ada hubungan antara strategi branding yang dilakukan dengan peningkatan atau penurunan volume penjualan produk?	Ada banget pengaruhnya. Kalau promosi rajin, pembeli lebih banyak datang.	Kalau branding jalan, penjualan ikut naik. Kalau nggak promosi, sepi lagi.	Pasti ada pengaruh. Branding itu bikin orang lebih percaya dan mau beli.
11	Apakah sejak dilakukan upaya branding tertentu (misalnya promosi media sosial atau perubahan kemasan), terjadi perubahan dalam pendapatan penjualan?	Pernah naik sedikit waktu sering posting di Facebook.	Iya, pernah ada peningkatan pesanan pas habis ikut pameran dan pasang foto produk di WA.	Ada kenaikan kalau rajin bagi sampel sama promosi online, walau nggak drastis.
12	Bagaimana perkembangan volume penjualan produk UD. Lisna selama ini? Apakah cenderung naik, turun, atau stagnan?	Cenderung stabil saja, naik kalau musim acara kampung.	Lebih sering stagnan, jarang naik banyak.	Rata-rata sama saja, belum terlalu naik karena promosi belum rutin.
13	Menurut Bapak/Ibu, faktor apa yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan produk?	Promosi sama tampilan kemasan. Itu yang paling menarik perhatian konsumen.	Kemasan, harga, sama rekomendasi dari orang lain.	Branding yang rutin dan desain kemasan yang menarik.
14	Apakah strategi branding yang dilakukan selama ini sudah cukup berdampak terhadap keuntungan usaha atau profitabilitas UD. Lisna? Mengapa demikian?	Belum terlalu kelihatan hasilnya karena branding masih terbatas.	Pengaruhnya kecil soalnya promosi belum konsisten.	Belum maksimal dampaknya, masih banyak yang belum kenal produknya.
15	Menurut Bapak/Ibu, apa saja yang perlu	Logo, kemasan, sama promosi	Penting bikin slogan yang	Promosi rutin di media sosial,

	diperbaiki atau ditingkatkan dalam strategi branding agar dapat benar-benar mendorong penjualan dan meningkatkan keuntungan?	online harus diperbaiki dan dibuat lebih rutin.	mudah diingat, kemasan menarik, dan promosi lebih luas.	desain kemasan lebih profesional, sama sertifikasi produk biar lebih dipercaya.
--	--	---	---	---

Penutup

Peneliti (Tekun):

Terima kasih banyak Ibu Yamifati, Bapak Samaeli, dan Saudari Lisna atas jawaban-jawaban yang sangat membantu. Semua informasi ini akan menjadi bahan penting untuk skripsi saya. Semoga usaha UD. Lisna ke depannya semakin berkembang dan dikenal lebih luas.

HASIL WAWANCARA PENELITIAN

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Analisis Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Salam dan Pengantar

Peneliti (Tekun):

Ya'ahowu Ibu, Selamat siang Ibu sekalian, terima kasih banyak sudah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman hari ini. Perkenalkan saya Tekun Luas Rejeki Lase, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Saat ini saya sedang menyusun skripsi tentang strategi branding UD. Lisna dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan seputar pengalaman Ibu sekalian sebagai pembeli atau konsumen produk keripik dan minyak kelapa murni UD. Lisna. Mohon jawabannya yang jujur dan apa adanya, karena semua informasi akan sangat membantu penelitian saya.

Kalau sudah siap, saya akan mulai dengan pertanyaan pertama.

No.	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan Ibu Febriani Zebua	Jawaban Informan Ibu Chelsea Lase	Jawaban Informan Bapak Damai Harefa
1	Bagaimana Ibu melihat strategi branding yang selama ini telah diterapkan oleh UD. Lisna dalam memasarkan produk keripik dan VCO?	Menurut saya brandingnya udah lumayan bagus, sering lihat di Facebook sama ada stiker nama di kemasan. Tapi masih kurang gencar promosi.	Kalau saya lihat masih sederhana banget ya Bu, jarang ada iklan atau brosur. Jadi banyak yang belum kenal produknya.	Saya suka karena promosi dari mulut ke mulut jalan terus. Tapi kalau mau lebih maju, harus lebih aktif di media sosial.
2	Apa saja upaya yang sudah dilakukan UD. Lisna untuk memperkenalkan mereknya ke	Saya sering lihat Ibu Pemilik posting di Facebook, sama bagi tester gratis di acara kampung.	Sepertinya cuma postingan Facebook sesekali, terus kasih sampel waktu ada bazar	Selain posting FB Story, kadang juga nitip jual di warung. Itu lumayan

	masyarakat luas?		UMKM.	membantu sih.
3	Apakah UD. Lisna sudah memiliki logo, slogan, dan desain kemasan yang mencerminkan identitas merek secara jelas? Bisa dijelaskan bagaimana penerapannya?	Logo ada stiker nama UD. Lisna, tapi slogannya saya belum pernah lihat. Kemasan masih polos plastik bening.	Logo dan kemasan belum menarik menurut saya. Kurang profesional tampilannya.	Ada logo sederhana, cuma tulis nama usaha. Slogan kayaknya belum ada. Kemasan ya standar saja.
4	Sejauh mana konsumen menunjukkan kesetiaan terhadap produk UD. Lisna, misalnya pembelian ulang atau rekomendasi?	Saya pribadi sudah beberapa kali beli ulang karena rasanya enak.	Kalau saya baru beli dua kali, belum bisa bilang setia. Tapi rasanya enak kok.	Saya sering beli dan juga rekomendasikan ke saudara karena kualitasnya bagus.
5	Apa alasan utama konsumen tetap atau tidak tetap memilih produk UD. Lisna?	Rasanya enak, alami, harganya pas. Itu yang bikin saya balik beli.	Saya beli lagi karena penasaran aja, tapi kalau mau lebih yakin, kemasan sama brandingnya harus lebih menarik.	Karena rasanya khas, lebih alami daripada produk lain. Tapi banyak orang belum tahu mereknya.
6	Apakah masyarakat sekitar sudah cukup mengenal produk UD. Lisna? Bagaimana Ibu menilai tingkat kesadaran merek dari konsumen?	Sekitar desa sudah cukup tahu. Tapi di luar daerah banyak yang belum kenal.	Masih banyak yang belum tahu. Bahkan beberapa teman saya baru dengar waktu saya ceritakan.	Kalau di kampung sini udah lumayan dikenal, tapi se-Kota Gunungsitoli belum semua orang kenal.
7	Media atau cara apa yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek UD. Lisna?	Media sosial paling cepat menjangkau orang. Bisa juga ikut pameran lebih sering.	Menurut saya media sosial dan bikin kemasan yang lebih menarik supaya orang tertarik.	Promosi di WA grup dan Facebook rutin. Juga pasang spanduk atau papan nama biar lebih jelas.
8	Bagaimana tanggapan Ibu terhadap kualitas produk keripik dan VCO UD. Lisna?	Saya puas, rasanya gurih dan minyaknya wangi alami.	Rasanya enak dan nggak pakai pengawet, itu bagus.	Kualitasnya bagus banget, keripik renyah dan VCO bersih.
9	Pernah menerima umpan balik atau keluhan dari orang lain terkait kualitas produk?	Belum pernah dengar keluhan langsung.	Paling ada yang bilang kemasan gampang sobek.	Teman saya cuma bilang kemasan kurang tebal. Selain itu nggak ada masalah.
10	Apakah ada	Saya yakin ada	Jelas berpengaruh,	Branding itu

	hubungan antara strategi branding dengan peningkatan atau penurunan volume penjualan produk?	pengaruh besar. Kalau sering promosi, pasti lebih laku.	karena orang banyak beli kalau sering lihat iklannya.	penting sekali. Kalau nggak ada promosi, penjualan pasti sepi.
11	Sejak ada upaya branding tertentu, apakah terjadi perubahan dalam penjualan?	Iya, waktu sering promo di Facebook, banyak yang beli.	Waktu ikut bazar, saya lihat banyak pembeli baru datang.	Kalau ada posting rutin di WA, banyak yang tanya-tanya dan akhirnya pesan.
12	Bagaimana perkembangan volume penjualan UD. Lisna selama ini? Naik, turun, atau stagnan?	Sepertinya naik sedikit demi sedikit.	Saya rasa cenderung stagnan, belum banyak perubahan.	Naik kalau ada acara promosi, tapi setelah itu kembali biasa saja.
13	Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan produk?	Promosi rutin dan kemasan menarik itu penting banget.	Tampilan kemasan sama rekomendasi dari orang lain.	Promosi di media sosial sama kualitas rasa produknya.
14	Apakah strategi branding sudah cukup berdampak pada keuntungan usaha? Mengapa?	Belum maksimal, soalnya promosi belum rutin.	Menurut saya pengaruhnya kecil karena jarang promosi.	Pengaruhnya belum besar, masih banyak yang belum tahu merek ini.
15	Apa yang perlu diperbaiki agar branding lebih mendorong penjualan dan keuntungan?	Kemasan diperbaiki, logo lebih menarik, promosi lebih sering.	Slogan dibuat, kemasan diperbagus, promosi di medsos diperbanyak.	Penting buat konsisten promosi online dan kemasan lebih profesional.

Penutup

Peneliti (Tekun):

Terima kasih banyak Ibu, Ibu, dan Ibu atas waktu dan jawaban-jawabannya. Semua informasi ini akan sangat membantu dalam penyusunan skripsi saya. Semoga produk UD. Lisna makin maju dan dikenal luas ke depannya..

LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN









YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Keren III, 30 Kelurahan Iir, Kec. Gunungitoli, Kota Gunungitoli
Honeypage: www.unnias.ac.id email: info@unnias.ac.id

Gunungitoli, Februari 2025

Hal : Pengajuan Judul
Rancangan Penelitian

Yth. Dosen Pembimbing:
Bpk. Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

Dengan Hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
- Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Konsentrasi : Pemasaran
Tema Penelitian : *Branding*
Jumlah SKS yang telah diselesaikan : 130 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian sebagaimana di bawah ini:

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	Analisis Strategi <i>Branding</i> UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UD. Lisna Kota Gunungitoli	12/25/02	[Signature]
2	Peran Identitas Merek dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Produk Minyak Kelapa Murni (VCO) UD. Lisna		
3	<i>Rebranding</i> sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Lokal: Studi Kasus UD. Lisna		

2. Demikian Permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak Dosen Pembimbing dapat mempertimbangkan salah satu judul di atas dan berkenan menyetujuinya.

Hormat Saya

Pemohon,

TEKUN LUAS REJEKI LASE
NPM. 2321403

OUTLINE PENELITIAN SKRIPSI - I

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Konsentrasi : Pemasaran
Tema Penelitian : *Branding*
Jumlah SKS yang Ditempuh : 130 SKS

No	Uraian	Hasil
1	Judul	Analisis Strategi <i>Branding</i> UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UD. Lisna Kota Gunungsitoli
2	Fenomena	Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi branding menjadi salah satu faktor kunci bagi keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing serta menarik minat konsumen. Namun, masih banyak UMKM yang belum memahami pentingnya penerapan strategi branding secara optimal, termasuk di UD. Lisna Kota Gunungsitoli. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya identitas merek yang kuat, sehingga produk yang ditawarkan sulit dikenal dan diingat oleh konsumen. Selain itu, keterbatasan dalam pemanfaatan media promosi yang efektif juga menjadi kendala dalam memperluas jangkauan pasar. Akibatnya, UMKM ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Kurangnya strategi branding yang terencana dengan baik juga berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Meskipun kualitas produk yang dihasilkan

		UD. Lisna tergolong baik, citra merek yang lemah menyebabkan produk tersebut kurang memiliki daya tarik dibandingkan dengan merek lain yang sudah lebih dikenal. Selain itu, keterbatasan inovasi dalam membangun branding, seperti penggunaan logo, slogan, dan diferensiasi produk, turut menghambat perkembangan usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam terkait strategi branding yang diterapkan oleh UMKM ini guna mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan branding serta merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan penjualan produk secara berkelanjutan.
3	Latar Belakang	Dalam dunia bisnis yang kompetitif, <i>branding</i> memiliki peran penting dalam membangun identitas dan citra suatu produk di pasar. <i>Branding</i> yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai faktor utama yang membentuk loyalitas konsumen. UMKM sebagai sektor yang mendukung perekonomian nasional juga dituntut untuk memiliki strategi <i>branding</i> yang kuat agar dapat bersaing dengan produk-produk dari perusahaan besar maupun merek lokal lainnya. UD. Lisna merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam produksi dan pemasaran keripik serta minyak kelapa murni (VCO) di Kota Gunungsitoli. Produk yang dihasilkan memiliki keunikan tersendiri, baik dari segi rasa maupun manfaat kesehatan. Namun, dalam tahap observasi awal, ditemukan bahwa banyak konsumen lebih memilih produk dari merek lain yang lebih dikenal di pasaran. Padahal, dari segi kualitas dan harga, produk UD. Lisna tidak jauh berbeda dengan pesaingnya. Hal ini menunjukkan bahwa <i>branding</i> berperan penting dalam mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen.

Salah satu permasalahan yang dihadapi UD. Lisna adalah kurangnya strategi *branding* yang efektif. Berdasarkan hasil observasi awal, terlihat bahwa identitas merek UD. Lisna masih belum kuat, baik dalam aspek logo, desain kemasan, maupun strategi pemasaran di media sosial. *Branding* yang kurang optimal membuat produk kurang dikenal dan tidak memiliki daya tarik yang cukup kuat bagi konsumen. Selain itu, belum adanya diferensiasi yang jelas dalam komunikasi merek juga menjadi kendala dalam membangun loyalitas konsumen terhadap produk UD. Lisna.

Fenomena ini menunjukkan bahwa *branding* bukan hanya sekadar aspek visual, tetapi juga mencakup bagaimana produk diposisikan di pasar serta bagaimana merek membangun hubungan dengan konsumennya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *branding* yang diterapkan oleh UD. Lisna dan bagaimana strategi tersebut dapat meningkatkan daya saing produk di pasar dan meningkatkan penjualan produk.

Dengan memahami strategi *branding* yang tepat, diharapkan UMKM seperti UD. Lisna dapat memperkuat citra mereknya dan menarik lebih banyak konsumen. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh UD. Lisna untuk meningkatkan daya saingnya melalui strategi *branding* yang lebih efektif dan sesuai dengan target pasar.

4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *branding* yang saat ini diterapkan oleh UD. Lisna dalam memasarkan produknya?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi *branding* dalam meningkatkan daya saing

		produk UD. Lisna? 3. Bagaimana strategi <i>branding</i> yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing produk UD. Lisna di pasar?
5	Tujuan Penelitian	1. Untuk mengetahui bagaimana strategi <i>branding</i> yang telah diterapkan oleh UD. Lisna dalam memasarkan produk keripik dan minyak kelapa murni. 2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi <i>branding</i> dalam meningkatkan daya saing produk UD. Lisna. 3. Untuk mengetahui bagaimana strategi <i>branding</i> yang dapat dioptimalkan agar UD. Lisna memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar.
6	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada UD. Lisna. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, serta konsumen, serta observasi langsung terhadap strategi <i>branding</i> yang diterapkan. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data akan diuji melalui teknik triangulasi sumber dan metode guna memastikan validitas temuan penelitian.
7	Lokasi Penelitian & Alamat	Penelitian ini dilakukan di UD. Lisna, sebuah UMKM yang berlokasi di Desa Lolomoyo, Kecamatan Gunungsitoli Barat, Kota Gunungsitoli, Provinsi Sumatera Utara. UMKM ini bergerak dalam produksi dan pemasaran produk olahan keripik dan minyak kelapa murni (VCO). Lokasi penelitian dipilih karena UD. Lisna merupakan salah satu pelaku usaha lokal yang menghadapi tantangan dalam membangun merek dan meningkatkan daya saing produknya di pasar.

	<i>Usaha Dan Mendukung Pertumbuhan UMKM. In Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi (Vol. 4, No. 1).</i> Fahlevie, R., Rapiudinsyah, A., Alsha, M. R. A., Putra, P. D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). <i>Strategi Pemberdayaan Branding Dan Digital Marketing Bagi Umkm Menuju Ekonomi Digital Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat</i>, 5(4), 7846-7853. Nazhif, Muhammad Naufal, And Isna Nugraha. "Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection." SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan 7.1 (2023): 261-267.
--	---

Gunungsitoli, 12 Februari 2025

Disahkan oleh :

Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

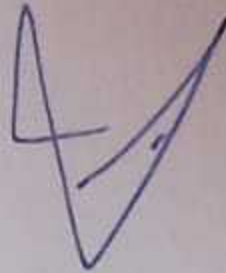


Idarni Harefa, S.E., M.E

NIDN. 01128129102

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

NIDN. 0112078103

NIM :

2321403

NAMA MAHASISWA :

TEKUN LUAS REJEKI LASE

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Analisis Strategi Branding UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

LOKUS :

UD. Lisna

Dosen Pembimbing :

Yupiter Mendorofa, SE.,MM

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Bimbingan Proposal Penelitian <i>06 Mar 2025 09:29:21</i>	BAB I – PENDAHULUAN File Skripsi	Perbaiki Bab I. Sempurnakan Permasalahan penelitian berdasarkan hasil pwnamatan, rapikan pengetikan, baca buku panduan. Terimakasih. <i>06 Mar 2025 11:11:14</i>
2	Bimbingan Proposal Penelitian <i>08 Mar 2025 16:00:15</i>	BAB I – PENDAHULUAN (REVISI) File Skripsi	Perbaiki kembali Bab I. Sempurnakan permasalahan penelitian berdasarkan pengamatan, rapikan penulisan. Terimakasih. <i>10 Mar 2025 10:11:43</i>

NO

TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
3 Bimbingan Proposal Penelitian 11 Mar 2025 10:53:30	REVISI BAB I – PENDAHULUAN File Skripsi	Perbaiki Kembali Bab I. Terimakasih 11 Mar 2025 11:00:32
4 bibimbingan bab 1 11 Mar 2025 11:17:57	bab 1 (revisi) File Skripsi	ACC Bab 1. Lanjutkan ke Bab 2. Terimakasih. 11 Apr 2025 14:16:11
5 Bimbingan Proposal Penelitian 23 Mar 2025 10:26:24	BAB II – TINJAUAN PUSTAKA File Skripsi	Perbaiki Bab II. Sempurnakan Tinjauan pustaka dan tata penulisan. Terimakasih 26 Mar 2025 10:28:53
6 Bimbingan Proposal Penelitian 23 Mar 2025 10:26:49	BAB III – METODE PENELITIAN File Skripsi	Perbaiki Bab III. Sempurnakan Jenis penelitian, informan dan teknik analisa data. Perbaiki tata penulisan. Terimakasih 26 Mar 2025 10:30:09
7 bibmbingan bab 2 11 Apr 2025 14:46:33	bimbingan bab 2 File Skripsi	Perbaiki kembali Bab II. Terimakasih. 11 Apr 2025 15:07:35
8 revisi bab 2 03 May 2025 11:23:27	bab 2 File Skripsi	ACC Bab II. Lanjutkan ke Bab III. Terimakasih 03 May 2025 11:33:30
9 bimbingan bab 3 03 May 2025 11:41:30	bab 3 File Skripsi	Perbaiki Bab III. Sempurnakan pendekatan dan jenis penelitian, jadwal penelitian, pastikan informan penelitian. Terimakasih.

N			
O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
03 May 2025 11:52:19			

10	Bimbingan Proposal Penelitian	Final Perbaikan Proposal Penelitian	ACC Bab III. PDF kan semua Rancangan Penelitian. Terimakasih.
08 May 2025 22:45:26		File Skripsi	
09 May 2025 14:17:39			

11	rancangan penelitian	rancamgan penelitian	ACC Rancangan Penelitian. Silahkan mendaftar Seminar Proposal. Terimakasih.
09 May 2025 16:30:21		File Skripsi	
09 May 2025 17:01:25			

Selesai

Proses pembimbingan proposal ini telah selesai dan telah dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.

LEMBAR PERSETUJUAN

Rancangan penelitian yang diajukan oleh :

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Analisis Strategi *Branding* UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan.

Gunungsitoli, Mei 2025

Disahkan oleh:
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 01128129102

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No 30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungitoli Kota Gunungitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Jumat tanggal Enam belas bulan Mei tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **TEKUN LUAS REJEKI LASE**
NIM : **2321403**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Branding UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisma di Kota Gunungitoli.**

Waktu Pelaksanaan : 08.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
(Pembimbing)
2. Idarni Harefa, SE.ME
(Penelaah)

1.

2.

Tanda Tangan

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM (Pembimbing)	82
2. Idarni Harefa, SE.ME (Penelaah)	80
Total Nilai	162

Rata-rata nilai adalah:

81

Gunungsitoli, 16 Mei 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jl. Karet No. 35 Kel. Bli Kecamatan Gunungputih Kota Gunungputih

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

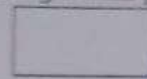
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: TEKUN LUAS REJEKI LANE
NIM	: 3321403
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Branding UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lasa di Kota Gunungputih

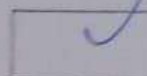
Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Jumat, 16 Mei 2025
Pukul	: 08.00 wib-selanjut
tempat	: Ruang Rapat

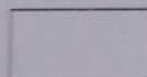
Dengan hasil penilaian :



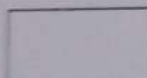
Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)



Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-85)



Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Disarankan seminar perbaikan.
(55-69)



Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)

Gunungputih, 10 Mei 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen

Mari Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0108130102

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : TEKUN LUAS REJEKI LASE

NIM : 2321403

Judul Penelitian : Analisis Strategi Branding UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
		Judul disempurnakan
		rumusan masalah, manfaat penelitian
		Sistematika penulisan
		Sesuai di bab 3 terkait daya
		perbaikan di bab 1 dan judul
		penelitian
		Daftar pustaka

Gunungsitoli, 16 Mei 2024

Dosen Penelaah,

Idarni Harefa, SE.ME

NIDN. 0128129102

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh:

Nama : TEKUN LUAS REJEKI LASE
NIM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Analisis Strategi *Branding* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Telah diperiksa dan disetujui untuk dapat dilanjutkan ke tahap penelitian.

Disetujui oleh:

Gunungsitoli, Mei 2025

Dosen Penelaah,



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Dosen Pembimbing,



Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

Mengetahui:

Plt. Ketua Prodi Manajemen,



Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Iir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

28 Mei 2025

Nomor : 757/UN11/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (set)
Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan UD. Lisna Kota Gunungsitoli
di

Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :
Nama : **Tekun Luas Rejeki Lase**
NIM : 2321403
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S-1)
Judul Skripsi : Analisis strategi branding dalam meningkatkan penjualan produk UD. Lisna di Kota Dunungsitoli
Lokasi Penelitian : UD. Lisna Kota Gunungsitoli
Jadwal Penelitian : 31 Mei 2025 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian tersebut di atas (Rancangan Skripsi Terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Serniati Zebua, S.E., M.Si
NIDN. 0103098702

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (**Tekun Luas Rejeki Lase**)
 6. Arsip

Gunungsitoli, 29 Mei 2025

Hal : Pemberitahuan

Lamp : -

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Nias

di

Tempat

Sehubungan dengan surat dari Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Nomor: 757/UNI1/PN.01.02/2025 tanggal 28 Mei 2025 perihal Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian Mahasiswa, maka dengan ini Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Filiati Gulo
Jabatan : Pimpinan/Owner UD. Lisna

Menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Tekun Luas Rejeki Lase
NPM : 2321403
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Penelitian : Analisis Strategi Branding dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Diberikan izin untuk melaksanakan penelitian di Garifi Kamumu Lisna/UD. Lisna yang beralamat di Desa Lolomoyo Kecamatan Gunungsitoli Barat, Kota Gunungsitoli, sesuai dengan konteks yang diperlukan terhitung mulai dari tanggal 29 Mei 2025 sampai dengan selesai.

Demikian surat pemberitahuan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya. Teriring salam dan ucapan terima kasih.

Pimpinan UD. Lisna,



Status pembimbingan berhasil diubah

NIM :

2321403

NAMA MAHASISWA :

TEKUN LUAS REJEKI LASE

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Analisis Strategi Branding UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

LOKUS :

UD. Lisna

Dosen Pembimbing :

Yupiter Mendrofa, SE.,MM

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Bimbingan Skripsi 12 Jul 2025 16:43:38	Bab IV – Hasil dan Pembahasan File Skripsi	Perbaiki Bab IV. Sempurnakan Analisis hasil wawancara dan Analisis Pembahasan serta perbaiki tata penulisan. Terimakasih. 21 Jul 2025 15:11:17
2	Bimbingan Skripsi 12 Jul 2025 16:44:11	Bab V – Kesimpulan dan Saran File Skripsi	Perbaiki Bab V. Sempurnakan kembali kesimpulan dan saran serta perbaiki tata penulisan. Terimakasih. 21 Jul 2025 15:13:05

NO	TOPIK	MATERI			CATATAN DOSEN
		Lampiran	Transkrip	Hasil	
3	Bimbingan Skripsi <i>12 Jul 2025 16:45:08</i>	Wawancara (Pemilik)	- Informan	Hasil Kunci	ACC <i>21 Jul 2025 15:13:23</i>
		File Skripsi			
4	Bimbingan Skripsi <i>12 Jul 2025 16:45:54</i>	Wawancara Pendukung/ Tambahan (Karyawan)	- Informan	Hasil (Para Karyawan)	ACC <i>21 Jul 2025 15:13:31</i>
		File Skripsi			
5	Bimbingan Skripsi <i>12 Jul 2025 16:46:25</i>	Wawancara Pendukung/ Tambahan (Konsumen)	- Informan	Hasil	ACC <i>21 Jul 2025 15:13:47</i>
		File Skripsi			
6	bimbingan ban ivdan v <i>24 Jul 2025 10:54:54</i>	bab iv dan v			Perbaiki kembali Bab IV dan Bab V, ikuti revisi. Terimakasih. <i>24 Jul 2025 14:13:11</i>
		File Skripsi			
7	finalisasi bab 4-5 <i>25 Jul 2025 11:00:44</i>	bab 4 dan bab 5			ACC Bab IV dan Bab V. PDF kan semua. Terimakasih. <i>25 Jul 2025 11:10:55</i>
		File Skripsi			
8	pdf skripsi <i>25 Jul 2025 12:22:22</i>	pdf skripsi			ACC Skripsi. Silahkan mendaftar Ujian Skripsi. Terimakasih. <i>25 Jul 2025 20:01:59</i>
		File Skripsi			

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "**Analisis Strategi *Branding* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli,**" yang disusun oleh Tekun Luas Rejeki Lase, NPM. 2321403, Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh Dosen Pembimbing sehingga dapat dilanjutkan untuk Sidang Ujian Skripsi.

Gunungsitoli, Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias ✉ 22814
Homepage <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 295/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Tekun Luas Rejeki Lase**
NIM : 2321403
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI BRANDING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UD. LISNA DI KOTA GUNUNGSITOLI
adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 23% dan tingkat *Artificial Intelligence (AI)* 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 23 Juli 2025

Plt. Kepala LPPM,

-Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Tekun Luas Rejeki Lase**



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI D-III AKUNTANSI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli.
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

No. 816/UA. II.02/PP.09.01/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa

Nama	:	Tekun Luas Rejeki Lase
NPM	:	2321403
Semester	:	VIII (Delapan)
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Sarjana (S1)
Judul Penelitian	:	Analisis Strategi <i>Branding</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD Lisna di Kota Gunungsitoli

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S1 Manajemen. Untuk itu, dimohon kiranya untuk diterbitkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Gunungsitoli, Juli 2025
Ketua Program Studi Manajemen,

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK 2839774675230262

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Gunungsitoli, Juli 2025

Perihal : Permohonan Ujian Skripsi
Lampiran : Satu Berkas
Kepada Yth.:
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No. 30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli
di

Tempat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Tekun Luas Rejeki Lase
NPM	:	2321403
Semester	:	VIII (Delapan)
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Sarjana (S1)
Judul Penelitian	:	Analisis Strategi <i>Branding</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian skripsi. Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Ujian Skripsi.
2. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.
3. Surat keterangan bebas mata kuliah
4. Surat pengesahan skripsi yang ditandatangani oleh dosen pembimbing
5. Surat keterangan telah berakhir meneliti dari tempat penelitian
6. Surat pernyataan keaslian skripsi yang ditandatangani oleh mahasiswa
7. Menggandakan *hardcopy* skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap.
8. Riwayat bimbingan skripsi (*online*) di SIMAT dari Dosen Pembimbing (PDF).
9. KRS dan KHS asli semester I sampai semester terakhir
10. .fotokopi khs terakhir
11. Transkrip nilai sementara dari SIMAT.
12. Bukti pembayaran uang kuliah semester terakhir.
13. Map merah 3 buah.

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,



Tekun Luas Rejeki Lase
NPM. 2321403

Tembusan Yth.:
Bapak Rektor Universitas Nias
c.q Wakil Rektor I Bidang Akademik



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

29 Juli 2025

Nomor : 900/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **TEKUN LUAS REZEKI LASE**

Kepada Yth.

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| 1. Idarni Harefa, SE, ME | Penguji I |
| 2. Serniati Zebua, SE, M.Si | Penguji II |
| 3. Yupiter Mendrofa, SE., MM | Pembimbing |

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **TEKUN LUAS REZEKI LASE**
NIM : 2321403
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Branding Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:
hari/tanggal : Sabtu, 2 Agustus 2025
pukul : 08.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang Rapat

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen


Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
- ③ Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu tanggal Dua Agustus tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

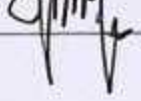
N a m a : **TEKUN LUAS REJEKI LASE**
NIM : **2321403**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi**
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Branding Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli**

W a k t u Pelaksanaan : 08.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
2. Idarni Harefa, SE.ME
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si

TandaTangan

1.  1. 
2.  3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	86
2. Idarni Harefa, SE.ME	85
3. Serniati Zebua, SE.,M.Si	85
Total Nilai	<u>256</u>

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah... 85,3.

(... Delapan Lima Ratus tiga ...)

Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan... A...

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100.00 = A
85.00-89.99 = A-
80.00-84.99 = B+
75.00-79.99 = B
70.00-74.99 = B-
65.00-69.99 = C+
60.00-64.99 = C
55.00-59.99 = C-
50.00-54.99 = D
45.00-49.99 = D-

Gunungsitoli, 2 Agustus 2025
Ketua Program Studi,



Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Tekun Luas Rejeki Lase lahir pada tanggal 08 september 2000 di Desa saewe, bertempat tinggal di Desa saewe dusun 2, kota Gunungsitoli, Kecamatan gunungsitoli. Tekun Luas Rejeki Lase yang lebih dikenal dengan sapaan Tekun yang merupakan anak ke-1 (pertama) dari 4 (empat) bersaudara. Anak dari Bapak Damai Zisokhi Lase Fangaro dan Ibu Eti Ria Harefa yang bertempat tinggal di Desa Saewe Kota Gunungsitoli Kecamatan Gunungsitoli

Pendidikan yang pernah di tempuh; Sekolah

Dasar di SD Negeri 074045 Saewe , Lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan studi ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Gunungsitoli dan lulus pada tahun 2016, kemudian meneruskan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Gunungsitoli dan lulus pada tahun 2019.

Penulis melanjutkan studi pada Perguruan Tinggi Universitas Nias, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen pada tahun 2021. Pada saat menjadi mahasiswa, penulis pernah melaksanakan program Praktek Kerja Mahasiswa (PKM) yang di laksanakan pada semester 7 (tujuh) selama 3 (tiga) bulan lamanya di cv percetakan garuda printing.

Penulis melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini berlokasi di UD. Lisna yang teletak di Desa Lolo moyo, Kota Gunungsitoli, Kecamatan Gunungsitoli. dalam rangka tercapainya suatu keberhasilan penelitian dalam hal ini penulis mengikuti segala arahan, masukan dan saran yang diberikan oleh Dosen Pembimbing terutama dan pihak-pihak lainnya yang turut mendukung. Penelitian selama ± 6 (enam) bulan dilakukan oleh penulis mulai dari perancangan judul penelitian, bimbingan, penyusunan rancangan penelitian, turun penelitian dan sampai ke tahap penyusunan skripsi.

Dengan ketekunan dan mempunyai motivasi diri yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia akademik serta peningkatan pemahaman masyarakat dan bahan masukan ataupun pedoman bagi peneliti lanjutan untuk penelitian serupa kedepannya.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan yang tak terhingga dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat atas

terselesaikannya penyusunan skripsi yang berjudul: **“Analisis Strategi Branding dalam meningkatkan penjualan produk UD. Lisna di Kota Gunungsitoli**

Gunungsitoli, Agustus 2025
Penulis,

Tekun luas rejeki lase