

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Omzet Produk WAHID Secang tahun 2014	2
Gambar II.1 Karakteristik Pemasaran UKM.....	10
Gambar II.2 Desain Kemasan Bandrek Hanjuang	11
Gambar II.3 Langkah-langkah Benchmarking.....	13
Gambar III.1 Model Konseptual	17
Gambar III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	19
Gambar IV.1 Hasil Penjualan Bandrek Hanjuang 2014	29
Gambar IV.2 Kemasan Produk WAHID Secang.....	31
Gambar IV.3 Kemasan <i>Sachet</i> Produk WAHID Secang	32
Gambar IV.4 Kemasan Produk Secang UKM Hijau Daun.....	33
Gambar IV.5 Kemasan Paket Oleh-Oleh	35
Gambar IV.6 Kemasan Kantong	35
Gambar IV.7 Kemasan Plastik.....	35
Gambar IV.8 Kemasan Renceng.....	36
Gambar IV.9 Kemasan Paket Spesial	36
Gambar V.1 Tampak Depan Kemasan WAHID Secang Usulan.....	61
Gambar V.2 Tampak Belakang Kemasan WAHID Secang Usulan	61
Gambar V.3 Rekomendasi Logo UKM Sakinah.....	62
Gambar V.4 Hasil Survei Perbandingan Desain Kemasan	63
Gambar V.5 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia	64
Gambar V.6 Konten <i>Fanpage</i> Bandrek Hanjuang.....	67
Gambar V.7 Jenis <i>Post</i> Facebook Bandrek Hanjuang	68
Gambar V.8 Konten <i>Fanpage</i> UKM Sakinah.....	68
Gambar V.9 Rencana Implementasi Program Komunikasi Pemasaran Usulan ...	73