

## 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