

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Pendapat Responden Terhadap Produk Keripik Pisang UKM Pelangi Rasa	2
Tabel II. 1 Tabel Analisis SWOT	8
Tabel II. 2 <i>Metode Perbandingan</i>	20
Tabel II.3 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel IV.1 Profil UKM Pelangi Rasa	29
Tabel IV.2 Analisis SWOT UKM Pelangi Rasa	31
Tabel IV.3 Formulasi Perhitungan Perspektif Keuangan	35
Tabel IV.4 formulasi perhitungan perspektif pelanggan.....	36
Tabel IV.5 Formulasi Perhitungan Perspektif Bisnis Proses Internal.....	38
Tabel IV.6 Formulasi Perhitungan Perspektif Pertumbuhan Dan Pembelajaran...39	
Tabel IV.7 Profil Maicih	42
Tabel IV.8 Key Performance Indicator	48
Tabel IV.9 Perbandingan UKM Pelangi Rasa dan Maicih	49
Tabel IV.10 <i>Key Performance Indicator</i> Program dan Media Komunikasi Pemasaran	51
Tabel IV.11 <i>Gap</i> Program dan Media Komunikasi Pemasaran.....	53
Tabel V.1 STP Produk UKM Pelangi Rasa	58
Tabel V.2 Konsep Kemasan Usulan UKM Pelangi Rasa	60
Tabel V.3 Perbandingan Media Sosial.....	65
Tabel V.4 Keterangan Biaya Kemasan	70
Tabel V.5 Prioritas Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran Usulan	71