

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki jumlah perairan sangat luas dan berpotensi dalam bidang sumber daya perikanan. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan hasil perikanan yang melimpah memiliki peran penting bagi masyarakat. Tahun 2018 udang merupakan komoditas penting dengan volume produksi nasional sebesar 886.520 ton dan Pulau Sumatera merupakan kontributor terbesar kedua setelah Pulau Jawa sebesar 165.020,35 ton (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2018). Beberapa daerah yang masih mendominasi sentral produksi udang, diantaranya Provinsi Jawa Timur dengan capaian produksi sebesar 156.139 ton, Provinsi Jawa Barat sebesar 122.710 ton, Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 92.488 ton, Provinsi Sumatera Selatan sebesar 60.152 ton, Provinsi Lampung sebesar 59.405 ton (Badan Pusat Statistik, 2017).

Komoditas ekspor utama Indonesia di bidang perikanan Tahun 2014 hingga 2018 adalah udang, ikan tuna, kepiting, cumi, gurita, dan rumput laut. Volume ekspor dan nilai ekspor udang pada Tahun 2018 tercatat paling tinggi dibandingkan dengan volume ekspor dan nilai ekspor komoditas perikanan lainnya. Volume dan nilai ekspor perikanan Indonesia Tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Volume dan nilai ekspor perikanan Indonesia Tahun 2018

No	Komoditas	Nilai (USD)	Volume (ton)
1.	Udang	1.302.330.215,54	147.164,70
2.	Tuna-Cakalang-Tongkol	499.951.755,15	116.909,40
3.	Cumi-Sotong-Gurita	371.250.811,57	103.408,40
4.	Rajungan-Kepiting	370.144.098,01	21.577,30
5.	Rumput Laut	213.461.039,07	154.367,20
6.	Komoditas lainnya	766.948.739,91	258.538,40
<b>Total</b>		<b>3.524.087.013,25</b>	<b>801.965,40</b>

Sumber: Direktorat Jenderal Kelautan dan Perikanan (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa volume ekspor udang pada Tahun 2018 mencapai 147.164,69 ton dan nilai ekspornya tertinggi mencapai 1.302.330.215,54 USD. Hal ini

menunjukkan bahwa komoditas udang pada sektor perikanan sangat potensial dan mempunyai prospek perkembangan yang besar. Jenis udang yang menjadi primadona ekspor Indonesia adalah udang vannamei. Udang vannamei (*Litopenaeus vannamei*) diminati di pasar ekspor dikarenakan memiliki keunggulan nilai gizi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis udang lainnya (Kharisma, 2012).

Salah satu perusahaan ekspor udang yaitu PT Centralpertiwi Bahari yang merupakan anak perusahaan PT Central Proteina Prima sebagai produsen dan pengolah udang terbesar di dunia yang sepenuhnya terintegrasi secara vertikal, juga merupakan pengendali pasar bibit udang, pakan udang, dan pakan ikan. Produk-produknya mencakup udang beku, pakan udang, bibit udang probiotika, dan pakan ikan. PT Centralpertiwi Bahari terletak di Desa Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung. PT Centralpertiwi Bahari bergerak di bidang *aquaculture* khususnya memproduksi udang beku dan udang olahan untuk kebutuhan ekspor. Produk yang diproduksi oleh PT Centralpertiwi Bahari menggunakan udang terpilih sehingga dapat bersaing di pasar global dengan produk-produk bermutu tinggi yang terjamin kualitasnya.

PT Centralpertiwi Bahari setiap hari selalu memproduksi udang beku dan udang olahan untuk diekspor ke mancanegara seperti Jepang, Amerika, Eropa, dan Rusia, tetapi tidak semua jenis produk dibuat setiap hari tergantung pada pesanan *buyer*. Terdapat lima jenis produk di PT Centralpertiwi Bahari antara lain konvensional, *peel raw*, *peel cook*, *value edit raw*, dan *cook*. Salah satu jenis produk *value edit raw* yang dibuat tergantung pesanan *buyer* yaitu produk udang vannamei 958. Produk udang vannamei 958 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk udang vannamei 958

Produk udang vannamei 958 adalah produk udang *litopenaeus vannamei* beku untuk diekspor ke negara Amerika (USA) dengan spesifikasi udang dipotong kepala, dikupas kulitnya hingga segmen 5, disayat bagian perut sedalam urat terputus, kulit segmen ke 6 masih ada ekor utuh, kulit telson dikupas, usus dibuang, dan diregangkan hingga panjang yang diinginkan.

Proses produksi produk udang vannamei 958 terdiri dari *receiver*, *deheading*, *setting*, *nobashi*, pembekuan *Semi Individual Quick Frozen* (SIQF), dan *Packing Master Carton* (MC). Bagian *receiver* yaitu tempat raw material datang dari *supplier* yang berasal dari PT Centralpertiwi Bahari, WM, Belok (beli lokal), vendor, investor. Bagian *deheading* yaitu proses potong kepala udang *head on* (HO) menjadi udang *head less* (HL) untuk membuang kotoran yang ada di kepala udang. Bagian *setting* berperan untuk menentukan size udang dengan menggunakan mesin grader untuk selanjutnya diolah menjadi produk. Bagian *nobashi* berperan dalam proses pembuatan produk terdiri dari penimbangan udang di mesin *check weigher*, kulit udang dikupas sampai segmen 5, disayat lurus tepat digaris segmen, usus dicungkit, kulit telson dikupas, koreksi manual, *stretching*, penyusunan dalam *trayfoam* dan *packing polybag*, *vacuum* dan *sealing*. Bagian pembekuan SIQF yaitu metode pembekuan menggunakan *Individual Quick Frozen* dan dilakukan sebanyak dua kali. Bagian *Packing Master Carton* berperan untuk menjaga produk agar tidak mudah rusak setelah di *freezing*.

Produk udang vannamei 958 yang telah dikemas walaupun sudah dilakukan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengemasan terkadang masih mengalami permasalahan yaitu temperatur suhu kemasan udang meningkat sehingga mencair, penyimpanan produk di *coldroom* terlalu lama, kesalahan *barcode* atau label, sehingga perlu dilakukan pengemasan ulang. Pengemasan ulang dilakukan untuk mengganti kemasan dan atribut produk lainnya sesuai dengan negara tujuan ekspor yaitu Amerika (USA). Atribut tersebut meliputi label, *barcode*, *Master Carton* (MC), *polybag*. Data produk udang vannamei 958 yang dilakukan pengemasan ulang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data produk udang vannamei 958 yang dilakukan pengemasan ulang

No	Bulan	Jumlah Produk (MC)
1	Januari	44
2	Februari	68
3	Maret	57
4	April	76
<b>Total</b>		<b>245</b>

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada Bulan Januari-April 2021 terdapat 245 MC yang dilakukan pengemasan ulang. Tujuan dilakukan pengemasan ulang agar mengefesiansikan produk yang dikemas, sehingga dapat memperpanjang masa kadaluarsa produk sampai dilakukan pengiriman. Lama kadaluarsa produk setelah dilakukan pengemasan ulang yaitu tiga bulan. Pengemasan ulang menimbulkan kerugian bagi perusahaan yaitu meningkatnya biaya material serta kerugian efisiensi tenaga kerja dikarenakan pekerjaan yang seharusnya dilakukan tenaga kerja untuk melakukan proses pengemasan produk sesuai target produksi hari itu menjadi bertambah dan harus melakukan pengemasan ulang, namun keuntungan yang didapat adanya pengemasan ulang agar mutu produk udang yang telah dikemas dapat terjaga kualitasnya sehingga dapat bertahan sampai dilakukan pengiriman.

Berdasarkan uraian latar belakang dan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat permasalahan pada pengemasan produk udang vannamei 958 sehingga perlu dilakukan pengemasan ulang, maka laporan Tugas Akhir ini membahas “Pengemasan Produk Udang Vannamei 958 di PT Centralpertiwi Bahari Kabupaten Tulang Bawang”.

## 1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan spesifikasi produk udang vannamei 958 untuk keperluan ekspor ke USA di PT Centralpertiwi Bahari.
2. Menjelaskan prosedur dan kendala pengemasan produk udang vannamei 958 di PT Centralpertiwi Bahari.
3. Menganalisis prosedur pengemasan ulang produk udang vannamei 958 di PT Centralpertiwi Bahari.

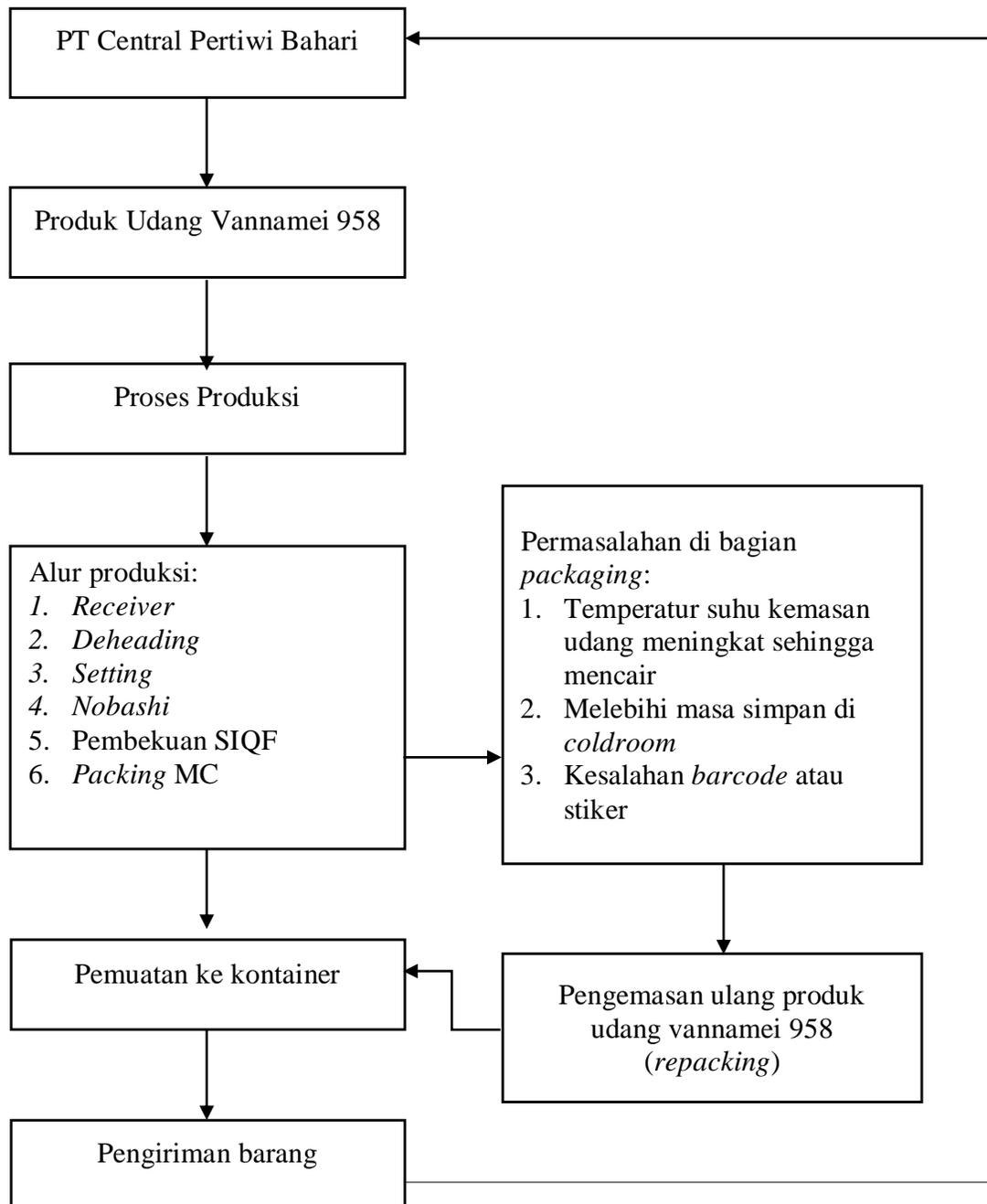
### 1.3 Kerangka Pemikiran

PT Centralpertiwi Bahari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *aquaculture* khususnya memproduksi udang beku dan udang olahan untuk kebutuhan ekspor. Produk udang vannamei 958 merupakan salah satu jenis produk yang ada di PT Centralpertiwi Bahari Kabupaten Tulang Bawang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan ekspor ke negara Amerika (USA). Produk udang vannamei 958 ini adalah produk yang dibuat khusus karena memerlukan berat udang yang seragam sehingga harus ditimbang menggunakan mesin *check weigher*. Produk udang vannamei 958 adalah produk udang *litopenaeus vannamei* beku dengan spesifikasi udang dipotong kepala, dikupas kulitnya hingga segmen 5, disayat bagian perut sedalam urat terputus, kulit segmen ke 6 masih ada ekor utuh, kulit telson dikupas, usus dibuang, dan diregangkan hingga panjang yang diinginkan.

Proses produksi produk udang vannamei 958 terdiri dari *receiver*, *deheading*, *setting*, *nobashi*, pembekuan *Semi Individual Quick Frozen* (SIQF), dan *Packing Master Carton* (MC). Bagian *receiver* yaitu tempat raw material datang dari *supplier* yang berasal dari PT Centralpertiwi Bahari, WM, Belok (beli lokal), vendor, investor. Bagian *deheading* yaitu proses potong kepala udang *head on* (HO) menjadi udang *head less* (HL) untuk membuang kotoran yang ada di kepala udang. Bagian *setting* berperan untuk menentukan size udang dengan menggunakan mesin grader untuk selanjutnya diolah menjadi produk. Bagian *nobashi* berperan dalam proses pembuatan produk terdiri dari penimbangan udang di mesin *check weigher*, kulit udang dikupas sampai segmen 5, disayat lurus tepat digaris segmen, usus dicungkit, kulit telson dikupas, koreksi manual, *stretching*, penyusunan dalam *trayfoam* dan *packing polybag*, *vacuum* dan *sealing*. Bagian pembekuan SIQF yaitu metode pembekuan menggunakan *Individual Quick Frozen* dan dilakukan sebanyak dua kali. Bagian *Packing Master Carton* berperan untuk menjaga produk agar tidak mudah rusak setelah di *freezing*.

Temperatur suhu kemasan udang meningkat sehingga mencair, penyimpanan produk dalam *coldroom* terlalu lama, kesalahan *barcode* atau label menjadi penyebab perlu dilakukannya pengemasan ulang (*repack*). Pengemasan ulang adalah kegiatan mengganti kemasan termasuk atribut produk seperti label, *polybag*, *barcode*, *Master*

Carton yang sesuai dengan spesifikasi negara tujuan ekspor yaitu Amerika (USA). Kerangka pemikiran mengenai pengemasan produk udang vannamei 958 di PT Centralpertiwi Bahari terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran pengemasan produk udang vannamei 958 di PT Centralpertiwi Bahari

#### **1.4 Kontribusi**

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Politeknik Negeri Lampung

Sebagai sumber informasi dan referensi untuk kegiatan akademik di Politeknik Negeri Lampung.

2. PT Centralpertiwi Bahari

Sebagai bahan masukan dan saran untuk membantu pengembangan dalam manajemen produksi khususnya prosedur pengemasan produk udang vannamei 958.

3. Pembaca

Memberikan informasi dan pengetahuan kepada pembaca mengenai pengemasan produk udang vannamei 958.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Udang Vannamei

Udang vannamei (*Litopenaus vannamei*) berasal dari daerah subtropis pantai barat Amerika, mulai dari teluk California di Mexico bagian utara sampai ke pantai barat Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Kosta Rika di Amerika Tengah hingga Peru di Amerika Selatan. Udang vannamei resmi diizinkan masuk ke Indonesia melalui SK Menteri Kelautan dan Perikanan RI. No.41/2001, dimana produksi udang windu menurun sejak 1996 akibat serangan penyakit dan penurunan kualitas lingkungan. Pemerintah kemudian melakukan kajian pada komoditas udang air laut jenis lain yang dapat menambah produksi udang selain udang windu di Indonesia.

Posisi Indonesia yang terletak di garis khatulistiwa dengan musim hujan dan kemarau yang tetap, menyebabkan Indonesia mampu memproduksi udang vannamei sepanjang Tahun. Produksi tersebut disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik lahan masing-masing. Udang vannamei pada awalnya dianggap tahan terhadap serangan penyakit. Namun dalam perkembangannya, udang vannamei juga terserang WSSV (*White Spot Syndrome Virus*), TSV (*Taura Syndrome Virus*), IMNV (*Infectious Myo Necrosis Virus*), *vibrio*, dan penyakit terbaru yaitu EMS (*Early Mortality Syndrome*). Oleh karena itu perlu dilakukan pencegahan dan pengendalian dengan penerapan budidaya ramah lingkungan, serta pengobatan menggunakan tumbuh-tumbuhan alami sebagai antibiotik yang tidak memberikan efek buruk bagi lingkungan.

Udang vannamei merupakan salah satu komoditas utama dalam industri budidaya perikanan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi (*high economic value*) serta permintaan pasar tinggi (*high demand product*). Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) merupakan produksi udang di dalam negeri pada Tahun 2013 dapat menembus hingga lebih dari 600.000 ton, sehingga dibutuhkan sinergi dari berbagai pihak terkait guna merealisasikan target tersebut. Pada Tahun 2013, capaian produksi udang nasional diproyeksikan sebesar 608.000 ton (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013).

### 2.1.1 Klasifikasi udang vannamei

Udang vannamei biasa juga disebut udang putih dan masuk kedalam famili *penaeidae*. Klasifikasi udang vannamei (*Litopenaeus vannamei*) menurut Haliman dan Dian (2006) sebagai berikut:

Kingdom	: Animalia
Sub kingdom	: Metazoea
Filum	: Arthropoda
Subfilum	: Crustacea
Kelas	: Malacostraca
Subkelas	: Eumalacostraca
Superordo	: Eucarida
Ordo	: Decapodas
Subordo	: Dendrobrachiata
Familia	: Litopenaeus
Spesies	: <i>Litopenaeus vannamei</i>

### 2.1.2 Syarat ekspor produk perikanan ke Amerika (USA)

Seiring dengan semakin meningkatnya transaksi bahan pangan, kemungkinan timbulnya bahaya akibat bahan pangan yang tercemar semakin sering ditemukan sehingga memunculkan pemikiran untuk memproteksi produk-produk yang masuk ke suatu kawasan tertentu. Negara-negara importir produk perikanan terutama Amerika (USA) menetapkan standar yang ketat bagi produk yang dipasarkan di negara mereka. Syarat ekspor produk perikanan ke Amerika (USA) menurut Rinto (2010) sebagai berikut:

1. Terhindar dari bakteri pathogen maupun toksin yang dihasilkan  
Penyebab terbesar penolakan produk disebabkan adanya bakteri pathogen pada produk yaitu salmonella dan histamine. Salmonella merupakan bakteri pathogen yang sangat berbahaya, tergolong bakteri gastroenteristis yang menyebabkan demam entrik. Salmonella tidak diijinkan keberadaannya (negatif) di dalam bahan makanan. Keberadaan salmonella menunjukkan adanya kontaminasi selama proses produksi dan kurang baiknya sistem sanitasi pada proses produksi

komoditas perikanan, sedangkan bakteri histamine tumbuh dan terbentuk pada suhu diatas 5°C. Hal ini menunjukkan adanya penanganan dan proses yang kurang mempertahankan rantai dingin.

2. Terhindar dari bahan asing yang seharusnya tidak terdapat pada produk  
Hal ini menunjukkan bahwa pengawasan terhadap pelaksanaan SOP (Standar Operasional Prosedur) selama proses produksi sudah baik sehingga tidak ada benda asing yang menempel pada produk seperti plastik, rambut, dan bahan lainnya yang tidak dikehendaki dalam produk.
3. Terhindar ataupun meminimalisir penggunaan bahan kimia  
Adanya residu bahan kimia pada produk perikanan dapat berbahaya bagi tubuh manusia contohnya penggunaan antibiotik pada pembudidayaan udang. Salah satu negara yang juga menetapkan syarat agar produk terhindar ataupun meminimalisir penggunaan bahan kimia yaitu Amerika (USA) apabila hal ini dilanggar dapat menyebabkan penolakan komoditi udang berbagai size.
4. Pengemasan  
Syarat terakhir ekspor produk perikanan ke Amerika (USA) yaitu pengemasan. Kesesuaian antara produk atau bahan penyusun produk dengan label pada kemasan menjadi syarat agar produk tidak terjadi penolakan ekspor.

## **2.2 Kemasan (*Packaging*)**

Kemasan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai elemen ekstrinsik dari produk. Ini adalah atribut yang terkait dengan produk tetapi tidak membentuk bagian dari produk fisik itu sendiri (Deliya dan Parmar, 2012). Kemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan sehingga mempunyai bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan, dan pendistribusian dari produsen ke tangan konsumen serta dapat memberikan perlindungan terhadap mutu produk sekaligus melindungi produk terhadap kontaminasi bahan dari luar. Beberapa penampilan dari kemasan dapat berfungsi sebagai unsur dari penjualan. Suatu kemasan yang buruk bisa memberikan citra yang jelek terhadap produk (Suyitno, 2006). Ada tiga alasan mengapa kemasan diperlukan menurut Stanton (1984) sebagai berikut:

1. Kemasan harus *safety* dan *utilitarian*. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen, sehingga harus dipastikan kemasan aman melindungi produk dari luar tetapi juga tidak membahayakan produk itu sendiri.
2. Kemasan bisa melaksanakan program pemasaran perusahaan. Melalui kemasan, identitas produk menjadi lebih efektif dan menjadi pembeda dengan produk pesaing, karena kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan dalam membedakan produknya dengan pesaing. Kemasan juga mengandung ciri-ciri promosi yang memiliki daya tarik sehingga efektif untuk meningkatkan penjualan, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai wiraniaga tan-wicara (*silent sales person*).
3. Manajemen pengemasan produk dapat meningkatkan laba. Kemasan yang memiliki konsep baik dan menarik membuat pembeli bersedia membayar suatu produk lebih mahal.

Kemasan memiliki unsur-unsur yang harus diperhatikan, sehingga menarik perhatian konsumen. Berikut unsur-unsur kemasan menurut Kotler (2005) sebagai berikut:

- a. Ukuran-ukuran, ukuran produk merupakan jumlah yang ditetapkan oleh perusahaan pada dasarnya merupakan suatu keputusan setelah melalui beberapa riset.
- b. Warna, memilih warna dan bahan kemasan yang sesuai, desain harus mampu mewakili karakter fisik dari produk yang akan dikemas.
- c. Bentuk, bentuk kemasan yang unik akan memudahkan identifikasi konsumen terhadap suatu produk yang nantinya akan memperkuat identitas produk.
- d. Bahan, salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik visual sehingga dapat menarik emosional calon pembeli.
- e. Gambar, gambar merupakan unsur kemasan yang dapat menimbulkan persepsi konsumen terhadap suatu produk.
- f. Tanda merek, nama atau simbol yang dimaksudkan untuk membedakan suatu produk dari pesaing atau produk lain disebut tanda merek.

g. Label, label merupakan informasi tertulis yang menjelaskan suatu produk.

Dalam membuat kemasan, bahan kemasan yang digunakan akan sangat berpengaruh terhadap bentuk dan desain kemasan yang akan dibuat sekaligus berpengaruh terhadap kemasan produk yang dikemas, misalnya suatu produk yang berupa cairan tidak akan aman atau dapat dikemas dalam bentuk kertas, produk-produk yang tidak tahan terhadap sinar ultraviolet, tidak akan baik apabila dikemas dalam plastik atau kaca transparan. Bahan kemas dibagi menjadi beberapa golongan menurut Syarif dan Irawati (2011) sebagai berikut:

1. Gelas

Mudah pecah, transparan (sehingga tidak cocok untuk produk yang tidak tahan pada sinar ultraviolet).

2. Metal

Biasanya dibuat dari aluminium. Kemasan dari logam mempunyai kekuatan yang tinggi sehingga cocok untuk mengemas produk-produk yang membutuhkan kemasan yang muat, misalnya mengemas produk yang membutuhkan tekanan udara yang cukup ini untuk pendorong keluarnya produk tersebut dari kaleng kemasan.

3. Kertas

Kemasan dari kertas ini tidak tahan terhadap kelembapan dan air, jadi bahan kemasan kertas tidak cocok untuk mengemas produk-produk yang memiliki kadar air tinggi atau dalam keadaan cair.

4. Plastik

Kemasan ini dapat berbentuk film, kantung, wadah, dan bentuk lainnya seperti botol kaleng, toples, dan kotak. Penggunaan plastik sebagai kemasan semakin luas karena ongkos produk relatif murah, mudah dibentuk, dan dimodifikasi.

### **2.3 Atribut Produk**

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008).

Unsur-unsur dalam atribut produk dikelompokkan menjadi tiga bagian menurut Kotler & Armstrong (2004) yaitu:

1. Kualitas

Kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut yang lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

2. Fitur

Fitur merupakan alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya, menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.

3. Gaya dan desain produk

Gaya semata-mata menjelaskan penampilan produk tertentu. Gaya mengedepankan tampilan luar dan tidak membuat orang bosan. Gaya yang sensasional mungkin akan mendapatkan perhatian dan mempunyai nilai seni, tetapi tidak selalu membuat produk tertentu berkinerja dengan baik. Berbeda dengan gaya, desain bukan sekedar tampilan setipis kulit ari, tetapi masuk ke jantung produk. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya. Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produksi dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran.

## **2.4 Label**

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Angipora Marinus, 2002). Label memiliki kaitan yang erat dengan pemasaran, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa label merupakan hal yang penting agar konsumen dapat mengenal dan mudah mengingat produk tersebut. Pemberian label adalah elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen

(Sinamora, 2000). Label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, Tanggal kadaluarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Apriyantono dan Nurbowo, 2003). Label memiliki beberapa fungsi menurut Kotler (2003) yaitu:

- a. Identifikasi, label dapat mengenalkan mengenai produk.
- b. Nilai, label dapat menunjukkan nilai atau kelas suatu produk.
- c. Memberikan keterangan, label akan menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari suatu produk, dimana produk dibuat, apa komposisi dari produk tersebut, bagaimana cara penggunaan produk secara aman.
- d. Promosi, label akan mempromosikan lewat gambar dan produk menarik.

Label selain memiliki fungsi juga terdapat beberapa jenis label menurut Tjiptono (2001) sebagai berikut:

- 1) *Brand* label yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan
- 2) *Descriptive* label yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi atau pembuatan, perhatian atau perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- 3) *Grade* label yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka, atau kata.