
MODUL

LABELING & PACKAGING



Oleh
TIM PKM 2018

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, karunia, nikmat dan kasih sayang-Nya sehingga tim PKM dapat menyelesaikan penyusunan Modul Labeling dan Packaging ini. Salawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita, Rasulullah Muhammad Swt. yang telah menuntun kepada jalan kebenaran serta telah memberikan suri tauladan yang baik.

Penyusunan modul PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dimaksudkan untuk melengkapi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro yang dilaksanakan di Desa Semenpinggir Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro.

Penyusun tentu menyadari bahwa modul ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, penyusun mengharapkan kritik serta saran dari pembaca untuk modul ini, supaya modul ini nantinya dapat menjadi lebih baik lagi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak khususnya kepada IKIP PGRI Bojonegoro. Demikian, semoga modul ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Bojonegoro, 10 Oktober 2018

Tim PKM

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1. LABE PRODUK	
A. Pengertian	1
B. Fungsi dan tujuan Label	2
C. Jenis-Jenis Label.....	3
D. Ketentuan dan Peraturan Label	3
BAB 2. KEMASAN PRODUK	
A. Pengertian	8
B. Fungsi Kemasan	8
C. Tujuan Kemasan	9
D. Jenis-jenis Kemasan	10
E. Contoh Jenis-jenis Kemasan	11
DAFTAR PUSTAKA	15

BAB 1

Label Produk

A. Pengertian Label

Label merupakan salah satu bagian dari sebuah produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya. Label pada produk umumnya memang berupa nama atau singkatnya merek produk. Bisa juga berupa keterangan bahan maupun komposisi produk, bahan baku, informasi gizi, isi produk, tanggal kadaluarsa hingga keterangan legalitas. Singkatnya, pengertian dan fungsi label produk dapat dilihat dari isian label itu sendiri. Secara umum label adalah informasi penting yang tertera pada produk. Di Indonesia perihal mengenai penyematan label dalam produk sudah diatur di dalam Undang-undang nomor 7 tahun 1996 yang isinya tentang pangan.

Label pada pangan merupakan setiap informasi mengenai pangan yang bentuknya berupa gambar, tulisan, maupun kombinasi antara keduanya atau bentuk lain yang juga disertakan pada pangan atau dimasukkan ke dalamnya, ditempelkan pada pangan tersebut atau bisa juga bagian dari kemasan itu sendiri.

Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Ketentuan mengenai pemberian label pada produk diatur dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan.

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan.

Berikut ini beberapa pengertian dan definisi label dari beberapa sumber buku:

- Menurut Marinus (2002:192), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.

- Menurut Kotler (2000:477), label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.
- Menurut Tjiptono (1997:107), label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk.
- Menurut Swasta (1984:141), label yaitu bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya. Jadi, sebuah label itu mungkin merupakan bagian dari pembungkusnya, atau mungkin merupakan suatu etiket yang tertempel secara langsung pada suatu barang.

B. Fungsi dan Tujuan Label

Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk. Menurut Kotler (2000:478), fungsi label adalah sebagai berikut:

1. Label mengidentifikasi produk atau merek.
2. Label menentukan kelas produk.
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Adapun tujuan label adalah sebagai berikut:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.

4. Sarana periklanan bagi produsen.
5. Memberi rasa aman bagi konsumen.

C. Jenis-jenis Label

Menurut Marinus (2002:192), terdapat tiga tipe label berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai berikut:

1. Brand label adalah penggunaan label yang semata-mata digunakan sebagai brand.
2. Grade label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
3. Label Deskriptif (Descriptive Label) adalah informasi objektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan cirri-ciri lain dari produk.

Sedangkan menurut Simamora (2000:502), label diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Label produk (product label) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
2. Label merek (brand label) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
3. Label tingkat (grade label) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
4. Label deskriptif (descriptive label) menggambarkan isi, pemakaian dan ciri-ciri produk. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian saksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

D. Ketentuan dan Peraturan Label

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk sekurang-kurangnya memuat nama produk, berat bersih atau isi bersih, serta nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.

1. Nama Produk Pangan. Pada setiap produk pangan terdapat nama produk. Nama produk pangan tersebut memberikan keterangan mengenai identitas produk pangan yang menunjukkan sifat dan keadaan produk pangan yang sebenarnya. Untuk produk pangan yang sudah terdapat dalam Standar Nasional Indonesia penggunaan nama produk menjadi bersifat wajib.
2. Keterangan Bahan yang Digunakan dalam Pangan. Keterangan ini diurutkan dari bahan yang paling banyak digunakan kecuali vitamin, mineral dan zat penambah gizi lainnya. Bahan tambahan pangan atau pengawet yang digunakan juga harus dicantumkan. Pernyataan mengenai bahan yang ditambahkan, diperkaya, atau difortifikasi juga harus dicantumkan selama itu benar dilakukan pada proses produksi dan tidak menyesatkan.
3. Berat Bersih Atau Isi Bersih Pangan. Berat bersih atau isi bersih menerangkan jumlah produk pangan yang terdapat dalam kemasan produk tersebut. Keterangan tersebut dinyatakan dalam satuan metrik seperti gram, kilogram, liter atau mililiter. Untuk produk makanan padat dinyatakan dalam ukuran berat, produk makanan cair dinyatakan dalam ukuran isi dan produk makanan semi padat atau kental dinyatakan dalam ukuran isi atau berat.
4. Nama dan Alamat Pabrik Pangan. Keterangan mengenai nama dan alamat pabrik pada produk pangan berisi keterangan mengenai nama dan alamat pihak yang memproduksi, memasukkan dan mengedarkan pangan ke wilayah Indonesia. Untuk nama kota, kode pos dan Indonesia dicantumkan pada bagian utama label sedangkan nama dan alamat dicantumkan dalam bagian informasi.
5. Tanggal Kedaluwarsa Pangan. Setiap produk pangan mempunyai keterangan kedaluwarsa yang tercantum pada label pangan. Keterangan kedaluwarsa yaitu batas akhir suatu pangan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen. Keterangan kedaluwarsa dicantumkan terpisah dari tulisan "Baik Digunakan Sebelum" dan disertai dengan petunjuk tempat pencantuman tanggal kedaluwarsa.

6. Nomor Pendaftaran Pangan. Dalam hal peredaran pangan, pada label pangan tersebut wajib mencantumkan nomor pendaftaran pangan. Adapun tanda yang diberikan untuk pangan yang diproduksi baik di dalam negeri maupun yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia adalah tanda MD untuk pangan olahan yang diproduksi di dalam negeri dan tanda ML untuk pangan olahan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia.
7. Kode Produksi Pangan. Kode produksi yang dimaksud adalah kode yang dapat memberikan penjelasan mengenai riwayat suatu produksi pangan yang diproses pada kondisi dan waktu yang sama. Kode produksi tersebut disertai dengan atau tanggal produksi. Tanggal produksi yang dimaksud adalah tanggal, bulan dan tahun pangan tersebut diolah.
8. Penggunaan atau Penyajian dan Penyimpanan Pangan. Keterangan tentang petunjuk penggunaan dan atau petunjuk penyimpanan dicantumkan pada pangan olahan yang memerlukan penyiapan sebelum disajikan atau digunakan. Selain itu, cara penyimpanan setelah kemasan dibuka juga harus dicantumkan pada pangan kemasan yang tidak mungkin dikonsumsi dalam satu kali makan. Kemudian pada pangan yang memerlukan saran penyajian atau saran penggunaan dapat mencantumkan gambar bahan pangan lainnya yang sesuai dan disertai dengan tulisan "saran penyajian".

Undang - Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dari dampak buruk pemakaian barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang:

1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
3. tidak sesuai dengan ukuran takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.

4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau ke manjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;
5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, model atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut.
6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut.
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi.
9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku Larangan-larangan tersebut dimaksudkan untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

Menurut Mushlihin Al-Hafizh (2013) Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Adapun label sebagai sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan adalah sebagai berikut:

1. Keterangan Bahan Tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi. Kebanyakan

produsen tidak merinci jenis bahan-bahan tambahan yang digunakan. Biasanya digunakan istilah-istilah umum kelompok seperti *stabilizer* (jenis bahan seperti bubuk pati dan dextrin dan lainnya yang dapat menstabilkan dan mengentalkan makanan dengan suhu kelembaban yang lebih tinggi), pewarna, flavor, enzim (senyawa protein yang digunakan untuk hydrolysis atau sintesis bahan-bahan organik yang digunakan untuk bahan makanan), *antoi foaming*, *gelling agent*, atau hanya menyantumkan kode Internasional E untuk bahan tambahan.

2. Komposisi dan Nilai Gizi

Label yang menunjukkan secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral.

3. Batas Kedaluwarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kedaluwarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27, “Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan.” “Dalam hal produk pangan yang kedaluwarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja”.

4. Keterangan Legalitas

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar dibadan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor. Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali.

Untuk produk-produk seperti itu, maka pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

BAB 2

KEMASAN PRODUK

A. Pengertian Kemasan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec,2006:33).Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

B. Fungsi Kemasan

Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi jauh lebih luas dari pada itu. Simamora (2007) mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi yaitu:

1. Fungsi Protektif

Berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat.

2. Fungsi Promosional

Peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk. Namun kemasan juga digunakan sebagai sarana promosional. Menyangkut promosi, perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan.

Sedangkan menurut Kotler (1999:228), terdapat empat fungsi kemasan sebagai satu alat pemasaran, yaitu :

1. Self service. Kemasan semakin berfungsi lebih banyak lagi dalam proses penjualan, dimana kemasan harus menarik, menyebutkan ciri-ciri produk, meyakinkan konsumen dan memberi kesan menyeluruh yang mendukung produk.
2. Consumer offluence. Konsumen bersedia membayar lebih mahal bagi kemudahan, penampilan, ketergantungan dan prestise dari kemasan yang lebih baik.
3. Company and brand image. Perusahaan mengenal baik kekuatan yang dikandung dari kemasan yang dirancang dengan cermat dalam mempercepat konsumen mengenali perusahaan atau merek produk.
4. Inovational opportunity. Cara kemasan yang inovatif akan bermanfaat bagi konsumen dan juga memberi keuntungan bagi produsen.

Selain berfungsi sebagai media pemasaran, kemasan juga memiliki beberapa fungsi lain, yaitu sebagai berikut:

1. Kemasan melindungi produk dalam pergerakan. Salah satu fungsi dasar kemasan adalah untuk mengurangi terjadinya kehancuran, busuk, atau kehilangan melalui pencurian atau kesalahan penempatan.
2. Kemasan memberikan cara yang menarik untuk menarik perhatian kepada sebuah produk dan memperkuat citra produk.
3. Kombinasi dari keduanya, marketing dan Logistik dimana kemasan menjual produk dengan menarik perhatian dan mengkomunikasikannya.

C. Tujuan Kemasan

Menurut Louw dan Kimber (2007), kemasan dan pelabelan kemasan mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1. Physical Production. Melindungi objek dari suhu, getaran, guncangan, tekanan dan sebagainya.

2. **Barrier Protection.** Melindungi dari hambatan oksigen uap air, debu, dan sebagainya.
3. **Containment or Agglomeration.** Benda-benda kecil biasanya dikelompokkan bersama dalam satu paket untuk efisiensi transportasi dan penanganan.
4. **Information Transmission.** Informasi tentang cara menggunakan transportasi, daur ulang, atau membuang paket produk yang sering terdapat pada kemasan atau label.
5. **Reducing Theft.** Kemasan yang tidak dapat ditutup kembali atau akan rusak secara fisik (menunjukkan tanda-tanda pembukaan) sangat membantu dalam pencegahan pencurian. Paket juga termasuk memberikan kesempatan sebagai perangkat anti-pencurian.
6. **Convenience.** Fitur yang menambah kenyamanan dalam distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, kembali penutup, penggunaan dan digunakan kembali.
7. **Marketing.** Kemasan dan label dapat digunakan oleh pemasar untuk mendorong calon pembeli untuk membeli produk.

D. Jenis-jenis Kemasan

Berdasarkan struktur isi, kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. **Kemasan Primer,** yaitu bahan kemas langsung mewadahi bahan pangan (kaleng susu, botol minuman, dll).
2. **Kemasan Sekunder,** yaitu kemasan yang fungsi utamanya melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti misalnya kotak karton untuk wadah kaleng susu, kotak kayu untuk wadah buah-buahan yang dibungkus dan sebagainya.
3. **Kemasan Tersier dan Kuarter,** yaitu kemasan yang diperlukan untuk menyimpan, pengiriman atau identifikasi. Kemasan tersier umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan.

Berdasarkan frekuensi pemakaiannya, kemasan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. **Kemasan sekali pakai (Disposable),** yaitu kemasan yang langsung dibuang setelah satu kali pakai. Contohnya bungkus plastik, bungkus permen, bungkus daun, karton dus, makanan kaleng.
2. **Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (Multi Trip),** kemasan jenis ini umumnya tidak dibuang oleh konsumen, akan tetapi dikembalikan lagi pada

agen penjual untuk kemudian dimanfaatkan ulang oleh pabrik. Contohnya botol minuman dan botol kecap.

3. Kemasan yang tidak dibuang (Semi Disposable). Kemasan ini biasanya digunakan untuk kepentingan lain di rumah konsumen setelah dipakai. Contohnya kaleng biskuit, kaleng susu dan berbagai jenis botol.

Berdasarkan tingkat kesiapan pakai, kemasan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Kemasan siap pakai, yaitu bahan kemas yang siap untuk diisi dengan bentuk yang telah sempurna sejak keluar dari pabrik. Contohnya adalah wadah botol, wadah kaleng, dan sebagainya.
2. Kemasan siap dirakit, yaitu kemasan yang masih memerlukan tahap perakitan sebelum pengisian, misalnya kaleng dalam bentuk lempengan dan silinder fleksibel, wadah yang terbuat dari kertas, foil atau plastik.

E. Contoh Jenis-jenis Kemasan untuk produk keripik singkong

1. Gusset

Kemasan Gusset adalah kemasan yang terbuat dari bahan metalized atau Alumunium Foil.



2. Stand Up pouch

Kemasan Stand-Up Pouch Kemasan yang terdiri dari alu plastik, Full Foil jenis laminasi PET dan PE dengan ketebalan 0.8 Mikron



3. Composite Can

Composite Can adalah kemasan berbentuk tabung berbahan karton yang dilapisi dengan aluminium foil. Kemasan ini dilengkapi dengan tutup dan segel, penggunaan segelnya cukup dengan setrika panas.



4. Kemasan Laminasi

Kemasan Laminasi adalah kemasan ini adalah kemasan kertas yang dilapisi dengan Plastik PET yang tahan terhadap panas pada bagian luar dan Aluminium pada bagian dalam. Kemasan ini dibuat dengan berbagai tie seal; Seal T, Seal U atau berbentuk Gashacet bisa pula berbentuk Stand Up Pouch.



5. Gusset Laminasi Kertas

Gusset Laminasi Kertas adalah kemasan yang terbuat dari bahan metalized atau Aluminium Foil & Kertas laminasi.



6. Kemasan Aluminium foil seal U/T

Kemasan Aluminium Foil seal U/T adalah terdiri dari beberapa ukuran



7. Composite Can

Composite Can adalah kemasan berbentuk tabung berbahan karton yang dilapisi dengan aluminium foil. Kemasan ini dilengkapi dengan Tutup dan segel, penggunaan segelnya cukup dengan setrikapanas.



8. Kemasan Polos OPP/PP Multilayer

Kemasan Polos OPP/PP Multilayer Kemasan ini mempunyai ketebalan 80 micron
Kemasan ini dapat di modifikasikan dengan menggunakan jinjingan



9. Kemasan Plastik Nylon Kemasan Plastik dengan ketebalan 0.8-10 micron cocok untuk kemasan beras, biji-bijian, cairan, selai, saus, sambal, dll:



10. Kemasan Hanger

Kemasan Hanger Kemasan yang biasanya digunakan untuk kemasan ikan, keripik buah serta olahan lainnya.



Daftar Pustaka

<http://www.referensimakalah.com/2013/02/pengertian-dan-jenis-label.html> by Mushlihin

Al-Hafizh

Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Louw, A. & Kimber, M. 2007. *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.

Marinus, Angipora. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Simamora, Bilson. 2007. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.

Swastha, Basu. 1984. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.