

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TENTANG PELABELAN

#### A. Pengertian Label

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.<sup>17</sup> Menurut Tjiptono 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. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa 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.<sup>18</sup>

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

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.

---

<sup>17</sup>Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 192

<sup>18</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, h. 477

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 diskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

## **B. Fungsi label**

Menurut Kotler, fungsi label adalah:

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.

Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

- a. Harga unit (*unit pricing*); menyatakan harga per unit dari ukuran standar.
- b. Tanggal kadaluarsa (*open dating*); menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi.

- c. Label keterangan gizi (*nutritional labeling*); menyatakan nilai gizi dalam produk.<sup>19</sup>

### C. Tipe-tipe label

Secara umum label label dapat didefinisikan atas beberapa bagian, yaitu :

1. *Brand label* adalah label yang semata-mata sebagai *brand*. Misalnya pada kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi: “*sanforized, berkolin, tetoron*”, dan sebagainya. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain *brand* label ini, masingmasing perusahaan juga mencantumkan merk yang dimilikinya pada tekstil yang diproduksi.
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 merupakan informasi obyektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan cirri-ciri lain dari produk.<sup>20</sup>

### D. Tujuan pelabelan

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.

---

<sup>19</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*,( Jakarta: Prenhallindo, 2000), Jilid 2 h. 478

<sup>20</sup> Angipora, marinus, *Loc cit.*

3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
4. Sarana periklanan bagi produsen.
5. Memberi “rasa aman” bagi konsumen.

Mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan. Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat “kecurangan” baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi “rasa aman” pada konsumen dapat tercapai.

#### **E. Pengaturan pelabelan di Indonesia**

Label memiliki kegunaan untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diperdagangkan. Dengan adanya label konsumen akan memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik mengenai kuantitas, isi, kualitas mengenai barang / jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa.

Label bisa berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang direncanakan secara rumit dan menjadi bagian kemasan. Label

bisa membawa nama merek saja, atau sejumlah besar informasi. Bahkan jika penjual memilih label sederhana, hukum mensyaratkan lebih banyak.<sup>21</sup>

Bagi konsumen, label mempunyai peranan yang sangat penting, setidaknya ada tiga hal pokok yang mendasarinya yaitu:

1. Informasi yang dibutuhkan sebagai pertimbangan untuk membeli atau tidak produk tertentu;
2. Dengan pengetahuan tersebut, konsumen dapat menentukan, memilih satu produk atas produk sejenis lainnya;
3. Dengan informasi yang benar dan lengkap, konsumen juga dapat terhindar dari kemungkinan gangguan keamanan dan keselamatan konsumsinya, bila produksi bersangkutan tidak cocok untuk dirinya atau mengandung suatu zat yang membahayakan.

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;

---

<sup>21</sup> Philip Kotler *manajemen pemasaran*, ( Jakarta; Erlangga, 2008 ) h.29

4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran 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/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara,
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.

Terkait dengan kehalalan suatu produk, UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen telah memberikan perlindungan bagi umat muslim. Dalam pasal 8 ayat (1) huruf h uupk diatur bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label”.

Pengaturan label halal di Indonesia, memiliki dua hal yang saling terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LP POM MUI. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM).<sup>22</sup>

Karena keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam, pemerintah mengatur mengenai label produk halal melalui UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan (“UU 7/1996”) dan PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (“PP 69/1999”). Pasal 30 UU 7/1996 menyebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Dan label tersebut setidaknya harus mencantumkan keterangan halal. Selanjutnya, lebih spesifik diatur dalam pasal 10 PP

---

<sup>22</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.cit*, h. 112

69/1999 mengenai kewajiban produsen produk pangan untuk mencantumkan label halal pada makanan yang dikemas.<sup>23</sup>

Pencantuman label pada barang baru saja pengaturannya dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan dengan Peraturan Menteri Perdagangan No.62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pencantuman Label Pada Barang (Permendag No. 62/M-DAG/PER/12/2009). Sedangkan pengaturan mengenai label pangan diatur dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan (UU Pangan). Bagi setiap orang yang memproduksi atau memasukan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan, yang sekurang-kurangnya memuat:

1. nama produk;
2. daftar bahan yang digunakan;
3. berat bersih atau isi bersih;
4. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
5. keterangan tentang halal;
6. tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Pengaturan pelaksana dari UU Pangan yang mengatur lebih lanjut dan terperinci mengenai pelabelan termuat di dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP Label dan Iklan Pangan). Dalam

---

<sup>23</sup><http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/cl3808/node/lt4a0a533e31979/bagaiman-a-pengaturan-sertifikasi-halal-bagi-produk-makanan>, Diakses 1 juli 2015



PP tersebut diatur mengenai persyaratan label yang harus berisikan keterangan sekurang-kurangnya:

1. Nama produk;
2. Daftar bahan yang digunakan;
3. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke wilayah Indonesia;
4. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Dalam pencantuman keterangan pada label, pencantuman keterangan tersebut harus berbahasa Indonesia, selain itu keterangan harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar atau bentuk apapun lainnya.

Pengaturan pencantuman pernyataan tentang manfaat pangan bagi kesehatan dalam label menurut Pasal 6 ayat (1) PP Label dan Iklan Pangan hanya dapat dilakukan apabila didukung oleh fakta ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan dan mewajibkan agar label ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab dan atau huruf latin. Ketentuan ini berlaku mengikat tidak hanya terhadap pangan yang diproduksi di dalam negeri, namun berlaku juga terhadap pangan yang dimasukkan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan. Atas dasar pengaturan dalam UU Pangan dan PP Label dan Iklan Pangan inilah Pemerintah membuat ketentuan mengatur mengenai label yang mulai diberlakukan sejak tanggal 21 Juli 1999.