

**ANALISA PENGARUH LABEL NUTRISI TERHADAP MINAT
BELI PRODUK SUSU RENDAH LEMAK TINGGI KALSIMUM
MEREK PRODUGEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Oleh :

NINDA PRIMITA NINGRUM
0612010009 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

SKRIPSI

ANALISA PENGARUH LABEL NUTRISI TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUSU RENDAH LEMAK TINGGI KALSIMUM MEREK PRODUGEN DI SURABAYA

Disusun oleh :

NINDA PRIMITA NINGRUM
0612010009 / FE / EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Oktober 2010**

**Pembimbing :
Pembimbing Utama**

**Tim penguji :
Ketua**

Drs. Ec. Nur Mahmudah, MS

Drs. Ec Nur Mahmudah, MS
Sekretaris

Drs. Ec. H. Supriyono, MM
Anggota

Dra. Ec. Nuruni Ika K.W, MM

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur**

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISA PENGARUH LABEL NUTRISI TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUSU RENDAH LEMAK TINGGI KALSIMUM MEREK PRODUGEN DI SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. R, Teguh Soedarto, Mp Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin N, MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., Ketua Jurusan Manajemen Universitas pembangunan Nasional “Veteran’ Jawa Timur.
4. Ibu Drs. Ec. Nur Machmudah, MS., Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh staf Dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmunya.
6. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan berupa moral maupun materiil kepada penulis dan juga keluarga yang telah banyak membantu.
7. Teman dan sahabat yang selalu ada disaat penulis butuhkan. Terima kasih juga atas dukungannya.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran bagi perbaikan dimasa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, September 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Proses Pengambilan keputusan.....	13
2.2.2. Pencarian Informasi.....	20
2.2.3. Kemasan.....	23
2.2.4. Label.....	24
2.2.5. Label Nutrisi.....	25
2.2.6. Dimensi Label Nutrisi.....	29
2.2.7. Minat Beli Serta Indikatornya.....	38
2.2.8. Pengaruh Label Nutrisi Terhadap Minat Beli.....	40
2.3. Kerangka Konseptual.....	42
2.4. Hipotesis.....	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Definisi Operasional.....	43
3.2. Pengukuran Variabel.....	46
3.3. Tehnik Penentuan Sampel.....	47
3.3.1. Populasi.....	47
3.3.2. Sampel.....	48
3.4. Tehnik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1. Jenis Data.....	49
3.4.2. Sumber Data.....	49
3.4.3. Pengumpulan Data.....	50
3.5. Teknik Analisis.....	50
3.5.1. Teknik Analisis.....	50
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	52
3.5.2.1. Asumsi model (<i>Structure Equation Modelling</i>).....	52
3.5.3. Pengujian Hipotesis Dan Hubungan Kausal.....	55
3.5.4. Pengujian Model Dengan <i>One Step Approach</i>	55
3.5.5. Evaluasi Model.....	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 60
4.1. Gambaran Objek Umum Penelitian.....	60
4.1.1. Sejarah Singkat PT Tigaraksa Satria Tbk.....	60
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
4.2.1. Deskripsi Karakteristi Responden.....	61
4.2.2. Deskripsi Variabel Label Nutrisi.....	63
4.2.2.1. Deskripsi Variabel Takaran Penyajian (<i>Serving size</i>).....	63
4.2.2.2. Deskripsi Variabel Jumlah Sajian Per Kemasan (<i>Number of Servings Per Container</i>).....	65
4.2.2.3. Deskripsi Variabel Kelengkapan Kandungan Gizi....	68

4.2.2.4. Deskripsi Variabel Minat Beli.....	70
4.3. Deskripsi Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis.....	72
4.3.1. Evaluasi Outlier.....	72
4.3.2. Evaluasi Reliabilitas.....	74
4.3.3. Evaluasi Validitas.....	75
4.3.4. Evaluasi Normalitas.....	76
4.3.5. Deteksi Multicollinerity dan Singularity.....	78
4.3.6. Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted.....	78
4.3.7. Analisis Model One-Step Approach to SEM.....	80
4.3.8. Analisis Unidimensi First Order.....	82
4.3.9. Analisis Unidimensi Second Order.....	82
4.3.10. Uji Kausalitas.....	83
4.4. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN.....	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel Data Top Brand Index.....	5
3.1. Tabel Goodness of Fit Index.....	59
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	62
4.4. Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Pertanyaan Variabel Takaran Penyajian (<i>Serving Size</i>).....	63
4.5. Tabel Hasil Jawaban Untuk Variabel Jumlah Penyajian Per Kemasan (<i>Number of Servings Per Container</i>).....	66
4.6. Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kelengkapan Kandungan Gizi.....	68
4.7. Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Beli.....	71
4.8. Tabel Outlier Data.....	73
4.9. Tabel Reliabilitas Data.....	75
4.10. Tabel Validitas Data.....	76
4.11. Tabel Normalitas Data.....	77
4.12. Tabel Construct Reliability dan Variance Extracted.....	79
4.13. Tabel Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit Indices Model.....	81
4.14. Tabel Unidimensi First Order	82

4.15. Tabel Unidimensi Second Order	82
4.16. Tabel Uji Kausalitas.....	83

DAFTAR GAMBAR

3.1. Contoh Pengukuran Faktor Model.....	51
4.1. Structural Equation Modeling One Step Approach.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Pustaka
Lampiran 2.	Kuesioner
Lampiran 3.	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran 4.	Hasil Pengujian Outlier
Lampiran 5.	Hasil Pengujian Reliabilitas
Lampiran 6.	Hasil Pengujian Validitas
Lampiran 7.	Hasil pengujian Normalitas
Lampiran 8.	Construct Reliability & Variance Extracted
Lampiran 9.	Hasil Pengujian Model Dengan One-step Approach

**ANALISA PENGARUH LABEL NUTRISI TERHADAP MINAT
BELI PRODUK SUSU RENDAH LEMAK TINGGI KALSIUM
MEREK PRODUGEN DI SURABAYA**

OLEH :

Ninda Primita Ningrum

Abstraksi

Dewasa ini persaingan produk susu bubuk dewasa dengan bermacam-macam klaim gizi seperti susu dengan kandungan lemak yang rendah dan tinggi kalsium berlangsung sangat ketat, karena dalam kategori ini banyak perusahaan-perusahaan lain yang juga sama-sama memproduksi susu dengan kategori yang sama. Banyaknya kompetitor menyebabkan volume penjualan produk menjadi tidak stabil, sehingga perusahaan diharapkan mampu membaca apa yang dibutuhkan oleh pasar. Informasi produk seperti label nutrisi yang tercantum pada kemasan merupakan salah satu alat pemasaran yang mampu menarik minat beli, karena dapat mempermudah konsumen mengetahui keunggulan produk dan apa yang terkandung dalam produk yang dikonsumsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label nutrisi terhadap minat beli suatu produk.

Penelitian ini menggunakan variable *serving size* atau takaran penyajian (X1), *number of servings per container* atau jumlah takaran per kemasan (X2), kelengkapan kandungan gizi (X3), serta variable Minat Beli (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melihat iklan susu rendah lemak tinggi kalsium merek Produgen yang berada di Surabaya. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan untuk pengujian data digunakan analisis SEM (Struktural Equation Modeling).

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SEM dan dilihat dari tingkat probabilitas arah hubungan kausal, maka hipotesis menyatakan bahwa Faktor Label Nutrisi berpengaruh positif terhadap Faktor Minat Beli, dapat diterima [signifikan[positif]].

Keywords : Label nutrisi, Informasi produk, dan Minat beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini konsumen semakin kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan digunakan. Informasi tentang produk dapat diperoleh melalui beberapa sumber, antara lain : sumber personal (keluarga, teman, tetangga, kenalan), sumber komersial (iklan, tenaga penjual, dealer, kemasan, display), sumber publik (media massa, organisasi rating konsumen), dan sumber percobaan (meneliti, menggunakan produk) (Kotler dan Armstrong, 1996:163). Dalam sebuah kemasan terdapat informasi mengenai bentuk fisik produk, label dan sisipan (instruksi detail dan informasi keamanan untuk produk yang kompleks atau berbahaya yang terkandung dalam obat atau mainan) yang dapat digunakan konsumen untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai suatu produk tertentu yang ingin digunakannya. Label merupakan bagian dari kemasan dan mengandung suatu informasi tentang produk yang tercetak pada kemasan. Dalam label konsumen dapat menemukan informasi mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah yang bersangkutan; tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa, klaim nutrisi terutama untuk produk kesehatan, petunjuk penggunaan, dan keterangan lain untuk kondisi spesial dan cara penggunaan, serta keterangan tentang halal pada negara dengan mayoritas muslim. Label nutrisi sendiri dapat diartikan sebagai

pernyataan atau deskripsi kuantitatif dengan suatu standarisasi, yang tercetak pada suatu kemasan yang memberikan informasi mengenai kandungan nutrisi yang terdapat dalam makanan. Informasi nutrisi yang terdapat pada label seharusnya dapat membantu konsumen dalam membentuk pilihan konsumen terhadap produk tersebut.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan menyebutkan bahwa konsumen menginginkan adanya pencantuman informasi nutrisi pada kemasan produk (Zarkin and Anderson, 1992; Burke, 1996). Penelitian informasi nutrisi menjadi masalah yang penting saat resiko konsumen dalam pengambilan keputusan meningkat dan memberikan dampak yang signifikan dan tampak (Saddler, 1999). Dalam penelitian lain yang dilakukan juga menyimpulkan bahwa intensitas membeli dan kemauan membayar lebih tidak lain karena pengaruh label nutrisi, yang membuat konsumen mempertimbangkan dan memilih untuk membeli karena alasan kesehatan (Bower, Saadat, & Cathrerine, 2003). Sebagai contoh, seorang konsumen hanya melihat label untuk mengetahui jumlah lemak sebagai atribut konsekuensi yang nampak, namun tidak memperhatikan jumlah sodium (Keller et al, 1997). Hal ini terjadi karena pada sebagian konsumen tersebut menempatkan pertimbangan kadar lemak sebagai resiko yang harus mereka cermati. Pencarian informasi dapat juga dilakukan oleh individu berdasarkan keragaman harga dan keuntungan yang diperoleh dari penggabungan informasi juga berdasarkan tujuan dan tingkat kepentingan yang berbeda-beda antar satu konsumen dengan konsumen yang lain dan antar situasi. Variasi antar individu ini dapat

diasosiasikan dengan karakteristik konsumen, misalnya tingkat pendidikan dan usia (Moorman, 1990; Nayga, 1998).

Dalam memahami informasi nutrisi beberapa konsumen mungkin akan bingung dengan hal-hal teknis menyangkut komposisi, satuan nutrisi dan prosentasenya (Mueller, 1991; Black and Rayner, 1992; Eves et al, 1994, Abbott, 1997) dan salah dalam menghitung nutrisi yang dikonsumsi (Frazao and Cleveland, 1994). Sebagai contoh, beberapa orang tidak mengetahui maksud dari nilai harian yang direkomendasikan atau menggunakannya dalam perencanaan diet (Burton and Andrews, 1996). Pencantuman informasi nutrisi dapat mendominasi pertimbangan konsumen dibandingkan dengan rasa produk serta memberikan dampak lebih besar pada konsumen yang mementingkan nilai nutrisi dan keamanan produk. (Guthrie et al, 1995 dan Nayga et al, 1998). Selain itu pencantuman informasi nutrisi dan kepedulian terhadap kesehatan mempunyai kaitan yang erat (Guthrie et al, 1995; Wang et al, 1995; Szykman et al, 1997), dimana konsumen yang peduli akan kesehatannya akan cenderung untuk lebih menggunakan informasi nutrisi yang terdapat dalam kemasan produk. Walaupun banyak penelitian mengenai label nutrisi dan adanya perkembangan mengenai ketertarikan dan tuntutan atas label makanan, namun hanya terdapat sedikit informasi tentang cara konsumen menggunakan informasi pada label dan bagaimana hal ini mempengaruhi pengetahuan nutrisi konsumen dan pemilihan atas makanan (Eves, Gibson, Kilcast & Rose, 1994).

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa ketertarikan konsumen akan makanan yang rendah lemak semakin berkembang sejak satu dekade. Dua hal

yang mungkin mempengaruhi tren ini adalah adanya publikasi dari Committee on Medical Aspects of Food (COMA) yang melaporkan mengenai masalah diet dan penyakit jantung (Department of Health and Social Security, 1984) dan adanya perkembangan mengenai saran diet yang populer untuk penurunan berat badan lebih difokuskan pada lemak dibandingkan karbohidrat (Eves, Gibson, Kilcast & Rose, 1994). Hal ini juga direspon oleh industri makanan dengan memproduksi dan memasarkan produk-produk dengan kadar lemak yang lebih rendah, dan produk-produk olahan dari susu merupakan sektor terbesar dari pasar makanan rendah lemak (Jeffries, Parker & Hines, 1989).

Dalam hal ini, penulis akan meneliti pada produk susu rendah lemak tinggi kalsium merek Produgen yang merupakan merek susu rendah lemak tinggi kalsium yang tersedia luas di pasaran yang diproduksi oleh PT. Tiga Raksa Satria. Merek tersebut merupakan produk susu yang ditujukan bagi konsumen yang ingin mengurangi konsumsi lemak dan kolesterol serta untuk menjaga kesehatan tulang.

Persaingan produk susu bubuk dewasa berkalsium tinggi serta rendah lemak berlangsung sangat ketat karena dalam kategori ini banyak perusahaan-perusahaan lain yang juga sama-sama memproduksi susu dengan kategori yang sama. Dan data Top Brand Index 2007-2010 dalam kategori susu bubuk dewasa berkalsium adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 : Data Top Brand Index Tahun 2007 - 2010

Merek Susu Bubuk Dewasa Berkalsium	TBI		TBI		Keterangan
	Tahun 2007	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	
Anlene	61,06%	65,6%	67,7%	69,6%	TOP
Hi Lo	11,08%	15,8%	16,6%	17,3%	TOP
Produgen	9,69%	5,9%	3,3%	3,6%	
Calcimex	8,23%	4,1%	4,4%	3,9%	
CalciSkim Indomilk	1,37%	1,7%	3,2%	2,0%	

Sumber : Marketing/edisi Khusus/1/2007-2010

TBI : Top Brand Index

Dari data diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan TBI (*Top Brand Index*) yang disebabkan karena banyaknya pesaing-pesaing produk baru dan pertumbuhan pasar produgen menjadi terhambat karena adanya produk yang sama saling memperebutkan pasar (*market leader*). Pada tahun 2007-2010 terlihat bahwa Produgen pada tahun 2007 menunjukkan nilai TBI sebesar 9,69% namun terus mengalami penurunan hingga mencapai angka 3,3% di tahun 2009, dan di tahun 2010 angka TBI menunjukkan angka 3,6%, memang mengalami kenaikan namun belum bisa sebaik angka TBI pada tahun 2007, hal ini bagi produsen Produgen dianggap bahwa Produgen memiliki potensi yang besar untuk melakukan ekspansi pasar.

Peran Informasi produk yang baik menjadi salah satu hal yang sangat berperan dalam keefektifan usaha untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Seperti contohnya informasi nutrisi yang terdapat pada label, melalui informasi ini konsumen akan sangat terbantu dalam melakukan pilihan terhadap produk yang dibutuhkan. Dalam menghadapi persaingan pasar,

setiap produk makanan dan minuman terutama produk kesehatan seperti susu harus mampu bahkan diwajibkan oleh undang-undang yang dibuat BPOM untuk mencantumkan informasi tentang produknya dalam bentuk informasi nilai gizi atau label nutrisi yang menampilkan tentang kandungan gizi yang ada dalam produknya baik dalam ukuran per penyajian maupun per kemasan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan.

Hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh pencantuman kadar nutrisi pada kemasan terhadap minat beli konsumen atas produk susu rendah lemak, dimana menurut pendapat penulis, konsumen yang mengkonsumsi susu rendah lemak merupakan konsumen yang peduli akan kesehatannya karena mereka mengkonsumsi susu yang rendah lemak atau bebas lemak yang akan berdampak pada kesehatan tubuh secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, penulis akan mencoba mengkaitkan label nutrisi dengan timbulnya minat beli, Menurut Hadipranata (1999 : 22), minat beli diartikan sebagai dorongan yang berasal dari dalam diri individu yang mampu membuat individu melakukan tindakan pembelian, karena minat beli timbul karena adanya kebutuhan pribadi, keinginan, tuntutan masyarakat, pengaruh-pengaruh dari iklan serta pikiran dan perasaan terhadap produk tersebut. Kebutuhan pribadi berupa kesehatan inilah yang membuat konsumen menaruh perhatian pada produk dengan berusaha mencari informasi tentang kualitas gizi yang ada pada label nutrisi. Sedangkan menurut Augusty (2006 : 243) menyebutkan bahwa orang yang intensif dalam mencari informasi mengenai suatu produk tentunya akan berpengaruh terhadap minat pelanggan.

Dengan memberikan pertanyaan seputar tingkat penggunaan label makanan, sikap responden terhadap label yang terdapat pada produk-produk susu rendah lemak, pemahaman akan nutrisi yang terdapat pada label produk susu rendah lemak dan pengetahuan responden mengenai lemak dan energi yang terkandung pada produk-produk susu rendah lemak, penelitian ini nantinya diharapkan dapat menggali informasi mengenai bagaimana respon konsumen atas produk susu rendah lemak dan dapat mengetahui faktor-faktor yang ada dalam pemilihan produk susu rendah lemak oleh konsumen. Produk olahan dari susu yang akan diteliti oleh penulis adalah produk susu dengan label rendah lemak tinggi kalsium merek Produgen, dimana menurut pendapat penulis, konsumen yang mengkonsumsi susu rendah lemak merupakan konsumen yang peduli akan kesehatannya karena mereka mengkonsumsi susu yang rendah lemak atau bebas lemak yang akan berdampak pada kesehatan tubuh secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul :

“Analisa Pengaruh Label Nutrisi Terhadap Minat Beli Produk Susu Rendah Lemak Tinggi Kalsium Merek Produgen Di Surabaya”

1.2. Rumusan Masalah :

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut :

“Apakah pengaruh label nutrisi terhadap minat beli konsumen atas produk susu rendah lemak tinggi kalsium merek Produgen?”

1.3. Tujuan Penelitian :

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- Mengetahui adanya pengaruh label nutrisi terhadap minat beli konsumen atas produk susu rendah lemak tinggi kalsium merek Produgen melalui tanggapan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian :

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh label nutrisi pada produk susu rendah lemak tinggi kalsium terhadap pilihan konsumen.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membantu peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan luas terkait dengan konsep label nutrisi.