

PENGGUNAAN SARANG INFUS “SARUNG TANGAN INFUS MENGURANGI RESIKO INFEKSI DAN HOSPITALISASI PADA ANAK” DI RS SITI KHODIJAH SEPANJANG

Gita Marini¹, Saidatul Maifuroh², Zinatul Widad³, Supatmi⁴

Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas
Muhammadiyah Surabaya Jl. Sutorejo 59
Surabaya

E-mail: gita.ners82@gmail.com

RINGKASAN

Kejadian tidak menyenangkan dalam Rumah Sakit mengakibatkan trauma pada anak. Salah satu kejadian yang tidak menyenangkan bagi anak adalah pemasangan infus. Selain dapat mengakibatkan hospitalisasi juga dapat mengakibatkan resiko infeksi. Angka kesakitan anak di Indonesia berdasarkan Survei Kesehatan Nasional (Susenas) tahun 2010 yang dikutip oleh Apriany (2013), di daerah perkotaan menurut kelompok usia 0-4 tahun sebesar 25,8%, usia 5-12 tahun sebanyak 14,91%, usia 13-15 tahun sekitar 9,1%, usia 16-21 tahun sebesar 8,13%. Angka kesakitan anak usia 0-21 tahun apabila dihitung dari keseluruhan jumlah penduduk adalah 14,44%. Anak yang dirawat di rumah sakit akan berpengaruh pada kondisi fisik dan psikologinya, hal ini disebut dengan hospitalisasi. Pemasangan infus pada anak-anak selain dapat menyebabkan hospitalisasi juga dapat menyebabkan resiko infeksi. Insidens tromboflebitis akibat pemasangan infus vena perifer sangat bervariasi karena perbedaan definisi, desain penelitian, pemilihan pasien, dan lama follow up. Machado, et al, (2008) melaporkan angka kejadian flebitis pada anak sebesar 4,7%, Jacinto, et al, (2014) 2,7%, Abusafia, et al, (2015) 2,7%, dan di Indonesia dilaporkan prevalensi flebitis sebesar 16,5% (2013). Tindakan untuk pencegahan dini flebitis akibat pemasangan infus adalah dengan cara pembidaian. Saat ini hal yang dilakukan di rumah sakit untuk mencegah infeksi pemasangan infus pada anak kecil adalah membidai dengan spalek kecil dan perban. Dalam tindakan tersebut dapat mengurangi resiko infeksi tetapi tidak dapat mengurangi hospitalisasi pada anak. Banyak cara yang dilakukan oleh para tenaga medis untuk mengurangi resiko cedera pada pasien seperti halnya pemasangan spalek, namun hal tersebut kurang efisien dikarenakan spalek lebih mahal dan kurang praktis untuk digunakan, untuk itu perlu adanya produk inovasi yang lebih efektif dan efisien. Dari masalah tersebut kami menawarkan produk “SARANG INFUS” belum pernah ada di pasaran dan memiliki permintaan pasar yang tinggi akibat angka kejadian hospitalisasi dan resiko Infeksi diluar kisaran standar. Bentuknya yang inovatif mampu mengurangi hospitalisasi akibat pemasangan infus, serta dilengkapi dengan fiksasi yang dapat mengurangi resiko infeksi pada anak.

KATA KUNCI : Sarung Tangan Infus, Stress Hospitalisasi, Resiko Cedera, Resiko Infeksi.

1.1 Latar Belakang

Kejadian tidak menyenangkan dalam Rumah Sakit mengakibatkan trauma pada anak. Salah satu kejadian yang tidak menyenangkan bagi anak adalah pemasangan infus. Selain dapat mengakibatkan hospitalisasi juga dapat mengakibatkan resiko infeksi. Berdasarkan survei pasar dalam sosial ekonomi bahwasanya terdapat kurang lebih 5 RS di Surabaya khususnya di ruang anak dan di dukung pernyataan perawat ruang anak di salahsatu Rumah sakit bahwasanya 1.) Pada saat pemasangan infus anak sering kali cedera akibat terlalu aktif sehingga mengakibatkan resiko infeksi. 2.) Pemasangan infus pada anak seringkali mengakibatkan anak mengalami hospitalisasi. 3.) Belum ada produk penutup infus yang mampu memfiksasi dan praktis serta bergambar. Analisis Kompetitor produk “SARANG INFUS” belum ada produk sejenis dipasaran dengan fungsi dan desain yang sama. Saat ini hal yang dilakukan di rumahsakit untuk mencegah infeksi pemasangan infus pada anak kecil adalah membidai dengan spalek kecil dan perban. Dalam tindakan tersebut dapat mengurangi resiko infeksi tetapi tidak dapat mengurangi hospitalisasi pada anak.

Berdasarkan data masalah diatas, dapat di analisis bahwa terdapat faktor penting yaitu fungsi produk berupa fiksasi dan bergambar pada produk “SARANG INFUS” yang mampu mengurangi pergerakan sehingga mengurangi terjadinya resiko infeksi dan bergambar mampu mengurangi terjadinya hospitalisasi. Oleh karena itu diprlukan produk “SARANG INFUS” dengan keunggulan 1.) mampu memfiksasi dan melindungi bagian yang di infus,

2.) Bergambar lucu yang banyak di sukai anak-anak, 3.) Praktis tanpa perlu menggunakan perban. Berdasarkan penjelasan diatas, maka “SARANG INFUS” memiliki ide bisnis dengan pencapaian dan peluang keuntungan yang memiliki prospek tinggi dengan kreativitas dan keunikan serta memberikan solusi yang kreatif bagi konsumen yang membutuhkan pencegahan infeksi akibat cedera dan hospitalisasi. Dengan keunggulan mampu memfiksasi dan melindungi bagian yang di infus serta bergambar produk “SARANG INFUS” sebagai produk yang mampu bersaing di pasaran serta menghasilkan profit yang berkelanjutan serta terciptanya rantai industri kreatif dengan *stakeholder* sebagai keberlanjutan program kewirausahaan di bidang kesehatan

1.2 Analisis Situasi

Persoalan pokok pada mitra adalah masih terdapat stress Hospitalisasi dan kejadian resiko Infeksi pada pemasangan Infus. Penggunaan Spalk infus anak yang sering lepas.

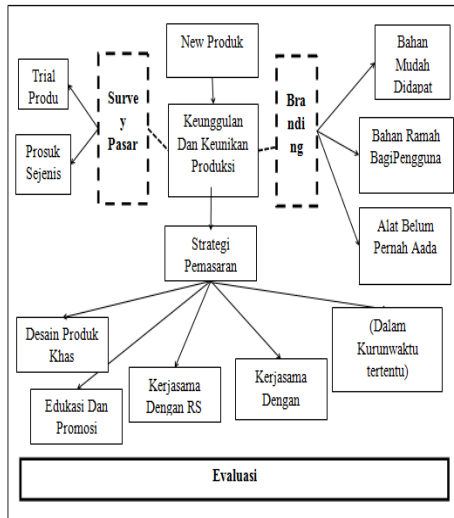
TARGET DAN LUARAN

Target luaran dari PKM ini adalah:

1. Menghasilkan, memproduksi dan memasarkan produk **SARANG INFUS**
2. Dapat menjadi bisnis yang profitable dan mempunyai prospek jangka panjang
3. Dilakukannya publikasi artikel ilmiah tentang prospek usaha produk SARANG INFUS sebagai pengganti spalek di jurnal ekonomi balace fakultas ekonomi umsurabaya.
4. Memperoleh Hak Kekayaan intelektual (HKI)

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah sebagai berikut :



Branding Produk

Produk kami bermerek dagang “SARANG INFUS”: Sarung Tangan Infus. Nama produk kami mewakili fungsinya yaitu sebagai penutup atau pelindung infus agar lebih umum dan dikenali kami sebut Sarung Tangan Infus dengan disingkat menjadi SARANG INFUS. Sarung Tangan ini dibuat dari bahan dasar katun, spons dan duplek sebagai bahan pengeras dengan perekat di sisi bawah sebagai pengunci. Produk dengan salah satu fungsi sama sudah ada di pasaran akan tetapi dalam penggunaannya masih belum dapat memenuhi fungsi pengurangan hospitalisasi pada anak. Produk kami dengan desain khas dan belum ada di pasaran memiliki fungsi ganda dari produk yang sudah ada, yaitu

mengurangi resiko infeksi dengan bantuan spalk dan prekat sebagai pengunci pergerakan sendi anak dan motif produk bergambar yang membuat ketertarikan pada anak-anak dalam tindakan infus sehingga dapat mengurangi hospitalisasi pada anak. Dengan demikian nilai fungsi dan inovasi dari produk sarung tangan infus dapat meningkatkan nilai jual dalam penjualannya

Dari seluruh kegiatan PKM yang kami lakukan ini, adapun beberapa potensi hasil yang dapat kami peroleh dari kegiatan ini, yakni sebagai berikut :

1. Alat **SARANG INFUS**, siap untuk dipasarkan dengan tujuan digunakan sebagaimana fungsinya, dan terus dikembangkan.
2. Artikel Ilmiah, Hasil dari alat ini berpotensi dalam pembuatan artikel ilmiah yaitu pendeskripsian dalam pembahasan pokok mengenai peluang usaha dengan nilai guna di dunia kesehatan.
3. Paten, Melalui fitur – fitur yang ditawarkan dari alat ini menimbulkan peluang perolehan paten atas klaim dari fitur yang memiliki fungsi lebih dibanding alat – alat yang telah ada.
4. Publikasi, Melakukan pendaftaran jurnal pada forum nasional maupun internasional serta mengikutsertakan alat ini pada berbagai event pameran.

HASIL, PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Hasil

Sumber Data

Data penelitian ini berasal dari :

Data Primer dari perawat perawat di RS Siti Khodijah Sepanjang dan RSIA Siti Aisyah Pacarkeling Surabaya dengan Populasi yang diteliti adalah semua perawat yang berdinasi di ruang anak. Pengambilan sampel dilakukan pada bulan Mei-Juni 2019. Sampel diambil secara total dari perawat-perawat anak yang telah bekerja minimal 2 tahun. Sebelumnya dilakukan survey pendahuluan terlebih dahulu untuk mengidentifikasi variabel yang lebih cocok dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti serta Untuk menentukan ukuran sampel yang harus diambil. Sampel awal yang diambil adalah sebesar 13 responden (perawat) secara proporsional yaitu :

RS Siti Khodijah Sepanjang : 8 responden (42%)

Klinik Bersalin Ibu dan Anak Siti aisyah Pacarkeling Surabaya: 5 responden (38 %) Hal ini dari pertimbangan survey awal yang ditemukan bahwa kedua rumah sakit memiliki budaya kerja yang sama dan RS Siti khodijah memiliki pelanggan non BPJS maupun BPJS, sedangkan Klinik bersalin Ibu dan Anak Siti Aisyah Pacarkeling Surabaya melayani pelanggan non BPJS. Kuisisioner tentang atribut produk diberikan kepada 100 pasien pelanggan RS yang terbagi pada 65 responden berasal dari RS terakreditasi dengan karakteristik pasien BPJS dan 35 responden berasal dari Klinik bersalin ibu dan anak dengan karakteristik non BPJS.

Pengukuran dan Skala pengukuran

Pengukuran variable – variable penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengungkapan verbal [Thomas C.Kinnear/James R.Taylor 1997] Dalam model penskalaan ini responden diminta menunjukkan posisi mereka

dalam kategori – kategori yang diidentifikasi secara verbal yaitu :

1. Angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju/memuaskan
2. Angka 2 menunjukkan kurang setuju/memuaskan
3. Angka 3 menunjukkan biasa
4. Angka 4 menunjukkan agak setuju/memuaskan
5. Angka 5 menunjukkan sangat setuju/memuaskandiikuti dengan pernyataan terbuka tiap responden dalam Fokus Group Diskusi bersama perawat.

Selanjutnya Kategori angka 1, 2 dan 3 digunakan untuk diberikan skoring 1 yang bermakna positif tidak menyetujui pertanyaan, sedangkan untuk kategori angka 4 dan 5 digunakan untuk diberikan skoring 0 yang bermakna negatif menyetujui pertanyaan.

Definisi dan Indentifikasi Variabel

Untuk melakukan penelitian yang tepat maka diperlukan identifikasi variabel sesuai dengan tujuan yang diinginkan .maka dalam penelitian ini variabel yang diperlukan dapat diidentifikasi sebagai berikut.

Karakteristik demografi

Variable karakteristik demografi sangat penting untuk mengetahui ciri – ciri demografi dari pelanggan karena perbedaan ciri – ciri demografi sering kali berkaitan dengan keinginan (preferensi),tingkat pemakaian dan kebutuhan kebutuhan konsumen selain itu variabel demografi mudah diukur. Bahkan ketika segmentasi diukur berdasarkan variabel yang sifatnya psikografi variabel demografi tetap penting diketahui untuk melihat besarnya pasar serta nilai kegunaan pada ukuran demografis tertentu. Adapun variabel karakteristik demografi adalah sebagai berikut:

1. Type RS :
 - Untuk Mengetahui karakteristik pelanggan berdasarkan type Rumah Sakit
 - a. Terakreditasi
 - b. Proses Akreditasi
2. Karakteristik pelanggan Rumah Sakit :
 - a. Penghasilan menengah kebawah < 3.800.000
 - b. Penghasilan menengah 3.800.000-5.000.000
 - c. Penghasilan menengah ke atas 5.000.000-10.000.000
 - d. Penghasilan kelas atas > 10 juta.

Psikografi

Karakteristik psikografik erat kaitannya dengan gaya hidup, kelas sosial dan tipe dalam pengambilan keputusan sehingga karakteristik ini perlu diketahui untuk menentukan strategi pasar. Karakteristik psikografi para pengguna di Rumah sakit ini diidentifikasi dengan beberapa variabel antara lain :

1. Pasien BPJS
2. Pasien Non BPJS

Preferensi

Untuk melakukan segmentasi pasar perlu diketahui bagaimana keinginan pasar terhadap suatu produk yang akan diluncurkan karena setiap pelanggan rumah sakit berpotensi menjadi pasar tersendiri. Indikasi yang dapat dianalisis untuk mengetahui bagaimana segmentasi dari pembeli dapat dilihat dari preferensinya terhadap atribut – atribut yang berkaitan dengan produk yang dijual . Ketika memutuskan untuk membeli sebenarnya pelanggan Rumah sakit tidak sekedar mempertimbangkan keputusannya semata – mata karena faktor barang tetapi keputusan tersebut sangat dipengaruhi oleh atribut – atribut

yang melingkupinya antara lain sebagai berikut tentang manfaat yang ada yaitu mencegah resiko injury, resiko infeksi dan menurunkan dampak hospitalisasi

Posisioning

Untuk melakukan posisioning produk harus bisa didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut – atribut yang bisa ditempatkan dalam pikiran konsumen. Atribut – atribut tersebut berupa **harga, produk penggunaan dan manfaat produk.**

Transformasi data ordinal ke dalam data interval menggunakan metode rating yang dijumlahkan yang disebut sebagai penskalaan model likert Langkah – langkah dalam menstransformasi data adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi dari jawaban responden
2. Menentukan proporsi dengan membagi frekuensi tiap kategori dengan banyaknya responden
3. Menghitung frekuensi kumulatif untuk setiap kategori dengan menjumlahkan proporsi kategori pada semua kategori sebelumnya
4. Menghitung titik tengah proporsi kumulatif untuk setiap kategori dengan menjumlahkan setengah proporsi dalam kategori tersebut pada proporsi kumulatif sebelumnya.

Menentukan nilai z dari tabel distribusi normal berdasarkan berdasarkan nilai titik tengah proporsi kumulatif. Nilai z merupakan titik letak setiap kategori respon disepanjang interval data yang berskala interval.

Sehingga data mentah yang berskala ordinal dari penelitian tidak

digunakan sedangkan, data yang digunakan dalam analisis ini adalah data ordinal yang telah ditransformasi dengan metode *rating* yang dijumlahkan sebagaimana langkah – langkah transformasi yang telah dijelaskan di atas.

Dalam penelitian terdapat 100 responden yang dijadikan obyek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang akan dijadikan pertimbangan dalam pengolahan data maupun dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu selanjutnya akan dilakukan analisis deskripsi untuk mengetahui karakteristik responden baik secara

demografi, psikografi maupun perilaku. Deskripsi datanya adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik demografi

Variabel – variabel demografik seringkali berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan dan tingkat pemakaian konsumen, selain itu besarnya sasaran pasar secara terukur bisa dilihat dari karakteristik demografi konsumen. Oleh karena itu akan dijelaskan deskripsi karakteristik demografi pada tabel berikut :

Karakteristik demografi

Tabel karakteristik demografi

Variabel	Rincian karakteristik	jumlah	prosentase	kumulatif
Type RS				
	Akreditasi	1	50,0	50,0
	Proses Akreditasi	1	50,0	50,0
Penghasilan pelanggan				
	Penghasilan menengah kebawah < 3.800.000	5	5,0	5,0
	Penghasilan menengah 3.800.000-5.000.000	38	38,0	43,0
	Penghasilan menengah ke atas 5.000.000-10.000.000	10	9,0	52,0
	Penghasilan menengah ke atas > 10.000.000	47	47,0	99,0
Type Pasien				
BPJS	Perawatan pasien menggunakan BPJS (dari Type RS terakreditasi)	65		
Non BPJS	Perawatan Pasien dengan biaya Sendiri/Pasien Umum	35	50,0	100,0

2. Karakteristik Psikografi

Kelas sosial, gaya hidup yang berbeda menunjukkan karakteristik psikografi yang berbeda dan seringkali karakteristik demografi yang sama tidak menunjukkan psikografi yang sama.

Segmentasi

Tujuan sebenarnya dalam melakukan segmentasi pelanggan

adalah untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi pelanggan membeli sebuah produk. Hal – hal yang melatarbelakangi itulah yang merupakan preferensi pelanggan ketika membuat keputusan untuk membeli. Sehingga dalam penelitian ini kita akan melihat bagaimana kelompok – kelompok pelanggan

yang terbentuk berdasarkan preferensi terhadap atribut – atribut produk sarang infus

Tabel hasil crosstabulasi karakteristik psikografi dengan hasil atribut produk sarang infus

Variabel	Harga mahal	Hara murah	Total	Penggunaan produk mudah	Penggunaan produk sulit	prosedur mudah digunakan	Tidak akreditasi	Manfaat produk sedikit	Manfaat produk banyak	Total
Type RS (terakreditasi)	54	11	65	63	3	2	5	5	65	65
Type RS Proses Akreditasi	7	28	35	31	4	4	2	4	35	35
Total	61	39	100	94	6	10	13	9	100	100
Penghasilan menengah kebawah < 3.800.000	5	0	5	5	0	0	3	6	5	5
Penghasilan menengah 3.800.000-5.000.000	16	22	38	30	8	8	1	8	38	38
Penghasilan menengah ke atas 5.000.000-10.000.000	0	10	10	10	0	0	10	9	10	10
Penghasilan kelas atas >10 juta	4	43	47	41	6	6	1	4	47	47
Total	25	75	100	86	14	14	20	26	100	100
Perawatan pasien menggunakan BPJS	54	11	65	63	2	2	6	4	65	65
Perawatan Pasien dengan biaya Sendiri/Pasien Umum	7	28	35	31	4	4	2	4	35	35
Total	61	39	100	94	6	10	13	9	100	100

6.2 Analisis/Pembahasan

1. Sebagian besar pasien pelanggan dari RS terakreditasi mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki harga mahal dan sebagian kecil mengatakan harga murah. Sebagian besar pelanggan yang berasal dari Klinik bersalin Ibu dan Anak yang sedang proses akreditasi mengatakan harga murah.
2. Sebagian besar pasien pelanggan dari RS terakreditasi mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki atribut mudah digunakan dan sebagian kecil mengatakan sulit digunakan. Sebagian besar pelanggan yang berasal dari Klinik bersalin Ibu dan Anak yang sedang

3. Sebagian besar pasien pelanggan dari RS terakreditasi mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki harga mahal dan sebagian kecil mengatakan harga murah. Sebagian besar responden mengatakan harganya murah.
4. Sebagian besar pasien pelanggan dari RS terakreditasi mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki harga mahal dan sebagian kecil mengatakan harga murah. Sebagian besar pelanggan yang berasal dari Klinik bersalin Ibu dan Anak yang sedang proses akreditasi mengatakan harga murah.
5. Semua pelanggan yang berpenghasilan rendah mengatakan harganya mahal, sedangkan pelanggan kelas atas mengatakan bahwa produk sarang infus harganya murah. Sebagian besar responden mengatakan harganya murah.
6. Sebagian besar pasien pelanggan BPJS mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki harga mahal dan sebagian kecil mengatakan harga murah. Sebagian besar pelanggan yang non BPJS yang sedang proses akreditasi mengatakan harga murah.
7. Sebagian besar pasien pelanggan BPJS mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki atribut mudah digunakan dan sebagian kecil mengatakan sulit digunakan. Sebagian besar pelanggan non

BPJS yang sedang proses akreditasi mengatakan mudah digunakan.

8. Sebagian besar pasien pelanggan BPJS mengatakan bahwa produk sarang infus memiliki manfaat yang banyak dan sebagian kecil mengatakan manfaat yang sedikit. Sebagian besar pelanggan yang berasal non BPJS yang sedang proses akreditasi mengatakan produk sarang infus memiliki manfaat yang banyak juga.

Sedangkan hasil dari kualitatif Fokus group Diskusi bersama 13 perawat, mengatakan bahwa produk tersebut dirasakan mahal, dan tidak bisa

diberikan pada pasien BPJS walaupun sangat banyak sekali manfaatnya. Para perawat juga mengatakan bahwa manfaat yang diberikan oleh produk sarang infus juga dapat membantu proses akreditasi Rumah sakit karena sarang infus mempermudah perawat untuk mengobservasi kejadian resiko infeksi pada pasien anak. Pencegahan resiko infeksi akibat pemasangan infus pada anak jika produk tersebut digunakan produk harus diganti dengan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Supranto, J (1994), Metode Riset dan Aplikasinya di dalam Riset Pemasaran, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kasali, Rheinald, (1998), Membidik Pasar Indonesia : *Segmentasi, Targeting dan Positioning*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 11, Terjemahan PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. and Armstrong, G (2005), Dasar-Dasar Pemasaran, Terjemahan oleh Wilhelmus W. B, Intermedia Jakarta dan Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd., Singapore.
- Simamora, Bilson. (2001). *Remarketing for Bussiness recovery*, PT Gramedia Pustaka Utama , Jakarta

LAMPIRAN

Dokumentasi



Surabaya (betitajatim.com) – Empat mahasiswa Jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surabaya (UMS) berhasil menciptakan inovasi sarang tangan infus untuk anak. Produk yang diberi nama Sarang Infus tersebut dipamerkan di hall Gedung G UMS, Kamis (11/7/2019).

Keempat mahasiswa tersebut adalah Putri Lisdiati, Riskiatul Mutamimah, Fatmah Aulia dan Finka Yuanita. Berawal dari kegelisahan mereka terkait penutup infus yang selama ini dikenakan anak-anak yang dirasa tidak menarik dan memunculkan stress bagi anak, selain itu penutup infus yang selama ini dipakai masih beresiko cedera dan infeksi.

Seperti namanya, Sarang infus ini dibuat mirip sarang tangan yang menjadi pelindung infus agar tetap pada tempatnya sehingga meminimalisir resiko cedera serta meminimalkan resiko infeksi. Karya dari hasil PKM –





Gambar : Desain Produk, Penggunaan dan Publikasi

