



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Keaslian Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Bidai Infus	10
2.2.2 Pemasangan Infus atau Injeksi Intravena (IV)	11
2.2.3 Komplikasi Pemasangan Infus	13
2.2.4 Anak Usia Sekolah	16
2.2.5 Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	17
2.2.6 Tujuan dan Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	18
2.2.7 <i>House Of Quality</i> (HOQ)	19
2.2.8 Uji Validitas	22
2.2.9 Uji Reliabilitas	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Alat Penelitian	25
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.3 Pengumpulan Data	25
3.4 Tahapan Penelitian	27
3.5 Pengolahan Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 <i>Mission Statement</i>	36
4.2 Analisis Data	37
4.2.1 Profil Responden	37
4.2.2 Uji Validitas Kuesioner	38
4.2.3 Uji Reliabilitas Kuesioner	39
4.3 Analisis <i>Customer Needs</i>	39



4.4	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	40
4.4.1	Pengelompokan <i>Customer Voice</i>	40
4.4.2	Analisis <i>Planning Matrix</i>	41
4.4.3	Menerjemahkan Daftar Kebutuhan Dalam Bahasa Teknis (<i>Metrices</i>)	44
4.4.4	Tingkat Kepentingan Bahasa Teknik (<i>Metrices</i>)	45
4.4.5	<i>Relationship Matrix</i>	46
4.4.6	<i>Technical Response</i>	47
4.4.7	<i>Technical Relationship</i>	48
4.4.8	<i>House Of Quality (HOQ)</i>	49
4.4.9	Mengetahui Spesifikasi Produk Pesaing	52
4.4.10	Menentukan Posisi <i>Current Product</i> , Pesaing, dan Target	52
4.5	Analisis <i>Concept Generation</i> dan <i>Selection</i> berdasarkan <i>Customer Needs</i>	53
4.5.1	Analisis Fungsi Komponen Bidai Infus	56
4.5.2	Alternatif Solusi Pemilihan Komponen Bidai Infus	57
4.5.3	Hasil <i>Concept Generation</i>	57
4.6	<i>Concept Generation</i>	58
4.6.1	Menentukan Spesifikasi <i>Marginal-Ideal Value</i>	58
4.6.2	Metode <i>Screening</i>	59
4.6.3	Metode <i>Scoring</i>	60
4.6.4	<i>Concept Design</i>	61
4.7	Analisis Bidai Infus	62
4.8	Penetapan Harga Produk	63
4.8.1	Harga Produk <i>Full Of Product</i>	63
4.8.2	Harga Produk <i>Full Of Outsourcing</i>	67
4.8.3	Harga Produk <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	70
4.8.4	Harga Produk <i>Partial Outsourcing-Penjahit</i>	73
4.8.5	Harga Satuan Produk	77
4.9	Spesifikasi Akhir Produk	77
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bidai Kayu	8
Gambar 2.2	Ukuran dan Warna Jarum IV	12
Gambar 2.3	Bentuk Matriks Pada <i>House Of Quality</i>	20
Gambar 3.1	Diagram Alir Penelitian	34
Gambar 4.1	<i>Correlation Matrix</i>	48
Gambar 4.2	<i>House of Quality</i>	51
Gambar 4.3	Konsep Bidai Infus	61
Gambar 4.4	Produk Bidai Infus	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ukuran Jarum IV	12
Tabel 4.1	<i>Mission Statement</i> Desain Bidai Infus Anak Usia Sekolah	36
Tabel 4.2	Profil Responden Wawancara	37
Tabel 4.3	Profil Responden Kuesioner	38
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.6	Daftar <i>Customer Voice</i>	40
Tabel 4.7	Pengelompokan <i>Customer Voice</i>	41
Tabel 4.8	<i>Planning Matrix</i> pada HOQ	42
Tabel 4.9	Daftar <i>Metrics</i> dan Satuannya	44
Tabel 4.10	Tingkat Kepentingan Bahasa Teknik berdasarkan HOQ	45
Tabel 4.11	<i>Relationship Matrix</i>	46
Tabel 4.12	<i>Technical Response</i> berdasarkan Prioritas	47
Tabel 4.13	Data Spesifikasi Produk Pesaing	52
Tabel 4.14	Posisi <i>Current Product</i> , Pesaing, dan Target	53
Tabel 4.15	Pengukuran Antropometri	56
Tabel 4.16	Kombinasi Spesifikasi	57
Tabel 4.17	<i>Concept Generation</i>	57
Tabel 4.18	<i>Marginal-Ideal Value</i>	58
Tabel 4.19	Konsep Produk dengan Metode <i>Screening</i>	59
Tabel 4.20	Konsep Produk dengan Metode <i>Scoring</i>	60
Tabel 4.21	Konsep Produk Terpilih	62
Tabel 4.22	Harga Bahan Baku	63
Tabel 4.23	Biaya Tetap <i>Full of Product</i>	64
Tabel 4.24	Biaya Operasional <i>Full of Product</i>	64
Tabel 4.25	Harga Pokok Industri <i>Full of Product</i>	65
Tabel 4.26	Harga Jual per Unit <i>Full of Product</i>	66
Tabel 4.27	Persentase Keuntungan Satuan <i>Full of Product</i>	66
Tabel 4.28	<i>Break Even Point</i> (BEP)	67
Tabel 4.29	Biaya Tetap <i>Full of Outsourcing</i>	67
Tabel 4.30	Biaya <i>Full of Outsourcing</i>	68
Tabel 4.31	Biaya Operasional <i>Full of Outsourcing</i>	68
Tabel 4.32	Harga Pokok Industri <i>Full of Outsourcing</i>	69
Tabel 4.33	Harga Jual per Unit <i>Full of Outsourcing</i>	69
Tabel 4.34	Persentase Keuntungan Satuan <i>Full of Outsourcing</i>	70
Tabel 4.35	Biaya Tetap <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	70
Tabel 4.36	Biaya <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	71
Tabel 4.37	Biaya Operasional <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	71
Tabel 4.38	Harga Pokok Industri <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	72
Tabel 4.39	Harga Jual per Unit <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	73
Tabel 4.40	Persentase Keuntungan Satuan <i>Partial Outsourcing-Rangka</i>	73
Tabel 4.41	Biaya Tetap <i>Partial Outsourcing-Penjahit</i>	74
Tabel 4.42	Biaya <i>Partial Outsourcing-Penjahit</i>	74



Tabel 4.43	Biaya Operasional <i>Partial Outsourcing</i> -Penjahit	75
Tabel 4.44	Harga Pokok Industri <i>Partial Outsourcing</i> -Penjahit	75
Tabel 4.45	Harga Jual per Unit <i>Partial Outsourcing</i> -Penjahit	76
Tabel 4.46	Persentase Keuntungan Satuan <i>Partial Outsourcing</i> -Penjahit	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner Tahap 1	85
Lampiran 2	Lembar Kuesioner Tahap 2	87
Lampiran 3	Produk Kompetitor	88
Lampiran 4	<i>Concept Generation 1</i>	89
Lampiran 5	<i>Concept Generation 2</i>	90
Lampiran 6	Gambar Teknik <i>Frame</i> Bidai	91
Lampiran 7	Gambar Skematik Bidai	92