

Modal Sosial Medical Representative Perusahaan farmasi di Kota Madiun

Ratih Wulandari

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
Wulandariratih95@yahoo.com

Ali Imron

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
Aimron8883@gmail.com

Abstrak

Perkembangan farmasi menarik untuk dibahas karena produknya merupakan salah satu kebutuhan pokok. Obat menjadi salah satu faktor penyembuhan untuk masalah-masalah kesehatan. Kesehatan merupakan salah kunci bagi keberlangsungan masyarakat. Medical Representative merupakan bagian dari industri farmasi yang ikut menjadi komponen penting dalam perusahaannya. Medical Representative memiliki tugas menyampaikan benefit kepada dokter-dokter dan juga tenaga medis. Medical Representative sebagai ujung tombak perusahaan yang khusus menjual obat, mereka harus mampu memasarkan produknya secara baik dan konsisten, yakni dengan menggunakan strategi pemasaran komunikasi secara langsung atau tatap muka antara Medical Representative sebagai penjual, dengan dokter sebagai user. Penelitian ini bertempat di Kota Madiun. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal sosial yang dikemukakan oleh Robert D Putnam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnometodelogi, yang mengamati perilaku individu dalam mengambil tindakan yang disadarinya, cara mengambil tindakannya atau cara mereka belajar dalam mengambil tindakan itu. Pemilihan subjek dilakukan secara snowball, teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara sebagai pendukung kemudian melakukan dokumentasi. Hasil penelitian ini yakni para Medical Representative menggunakan modal sosial Robert D Putnam yang berfokus pada jaringan sosial, dimana jaringan harus dibangun mulai dari awal dengan cara mendekati dokter secara personal. Kedua yakni, kepercayaan menjadi unsur penting dalam modal sosial yang merupakan perekat bagi langgengnya hubungan antara Medical Representative dengan dokter. Medical Representative akan melakukan kunjungan rutin dengan dokter untuk mendapatkan kepercayaan darinya. Ketiga adalah norma, yang digunakan oleh Medical Representative sebagai acuan untuk bertindak dan membatasi diri dari perilaku-perilaku yang tidak baik untuk menjaga nama baik perusahaan

Kata Kunci : Medical Representative, Modal Sosial.

Abstract

The development of pharmaceutical is interesting to discuss because its product is one of the basic needs. Medication becomes one of the healing factors for health problems. Health is one of the keys to community sustainability. Medical Representative is a part of the pharmaceutical industry that has become an important component in the company. Medical Representative has the duty to convey benefits to doctors and medical personnel. Medical Representative as the spearhead of companies that specialize in selling drugs, they must be able to market their products in a good and consistent manner, that is by using direct communication marketing strategy or face-to-face between Medical Representative as seller, with doctor as user. This research placed in Madiun. This study uses social capital theory proposed by Robert D Putnam. This research uses qualitative methods with an etnometodelogical approach, which observes the behavior of individuals in taking actions they are aware of, how to take their actions or how they learn to take that action. The selection of subjects is done by snowball, data collection techniques using observation and interviews as supporting data then perform documentation. The result of this study are the Medical Representative using social capital by Robert D Putnam that focuses on social networks, where the network must be built from scratch by approaching the doctor personally. Secondly, that is trust, trust becomes an important element in social capital that is a glue for the eternal relationship between Medical Representative and physician. Medical Representative will make regular visits with the doctor to gain trust from him. Third is the norm, which is used by the Medical Representative to act and limit them selves from bad behaviors to keep the company's good name.

Keywords: Medical Representative, Social Capital

PENDAHULUAN

Perusahaan farmasi merupakan perusahaan obat-obatan yang berfokus pada mendistribusikan obat, mengembangkan dan juga meneliti dalam hal kesehatan. Industri farmasi adalah industri yang berbasis ilmu pengetahuan yang fokus kepada riset. Ada beberapa dokter yang melakukan penelitian berdasarkan produk-produk obat dari industri farmasi. Perusahaan farmasi terdiri dari 2 jenis yaitu perusahaan modal asing yang disingkat dengan (PMA) dan perusahaan modal dalam negeri (PMDN). Masing-masing dari perusahaan tersebut memiliki cara tersendiri untuk memasarkan produknya, ada perusahaan yang memang tidak memberikan support dalam bentuk apapun dan ada juga perusahaan yang memberikan support berupa dana dan lain sebagainya.

Salah satu hal yang tidak bisa dihindarkan adalah timbulnya persaingan tajam antar perusahaan farmasi. Oleh karena itu, perusahaan farmasi di Indonesia dituntut untuk mampu bersaing dengan cara membuat inovasi, promosi dan sistem pemasaran yang baik, serta kualitas produk yang optimal. Salah satu kasus keberhasilan perusahaan yang disebabkan oleh keunggulan adalah Samsung. Perusahaan ini mengoptimalkan produk yang khas dari sisi elektronik seperti TV dan telepon genggam. Seperti yang dikutip pada berita online okezone.com, walaupun perusahaan samsung sudah mencapai kesuksesannya namun samsung tidak puas sampai disitu saja. Kebangkitan samsung dipengaruhi oleh Lee Kun hee selaku Chief Samsung Group yang mengatakan bahwa pegawai samsung tidak boleh cepat puas meski berada di puncak dan harus merasa dalam keadaan krisis. (Librianty, 2013, Okezone)

Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang baik adalah perusahaan yang mampu meningkatkan keunggulan kompetitifnya sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha. Perusahaan dan para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya manusia yang dimilikinya lebih bisa meningkatkan daya saingnya. Contoh lain yang menarik adalah dari perusahaan farmasi. Perkembangan farmasi menarik untuk dibahas karena produknya merupakan salah satu kebutuhan pokok. Obat menjadi salah satu faktor penyembuhan untuk masalah-masalah kesehatan. Kesehatan adalah merupakan salah kunci bagi keberlangsungan masyarakat. Terdapat pertimbangan pembuatan Undang-undang No. 36 tahun 2009 tentang kesehatan, kesehatan merupakan hak azasi manusia dan menjadi salah satu unsur kesejahteraan.

Terkait dengan perusahaan farmasi, Menteri Kesehatan RI mengaturnya dalam Permenkes

No.1799/Menkes/Per/XII/2010. Permenkes menyebutkan bahwa, industri farmasi dinyatakan sebagai badan usaha yang memproduksi obat atau obat. Kegiatannya meliputi pengadaan bahan baku hingga ada kepastian bahwa produk boleh dan bisa didistribusikan. Meskipun tidak memiliki kewenangan mendistribusikan, perusahaan tetap memiliki wewenang dalam pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan atau industri farmasi mempunyai tenaga untuk memasarkan. Tenaga itu disebut dengan medical representative, selanjutnya disingkat medrep. Adapun tugasnya, medrep bekerja untuk mengenalkan dan menawarkan produk pada dokter baik itu dokter yang membuka praktek dirumah maupun dokter yang berada di Rumah Sakit. Jika sudah didapat kesepakatan antara medrep dengan dokter umum yang ada di rumah sakit maka apoteker akan segera mengadakan produk obat yang ditawarkan oleh medrep tersebut.

Hal itu memang ada di lapangan. Berdasarkan pengamatan awal, seorang apoteker di salah satu Rumah Sakit mengadakan produk obat atas kemauan dokter setelah dokter tersebut melakukan kesepakatan dengan medrep. Medrep mendatangi Rumah Sakit secara rutin. Pada Rumah Sakit tersebut, ia mendapat jadwal dari medrep tiap hari senin, Selasa dan Rabu. Ketika datang, medrep akan segera menemui dokter. Namun, jika dirasa dokter tersebut sedang sibuk dengan pasiennya maka medrep akan menunggu waktu luang agar ia dapat menemui dokter. Tidak hanya itu saja, selain menemui ditempat kerjanya di Rumah Sakit seorang medrep akan mencari cara lain agar dapat berkomunikasi dengan dokter yaitu salah satu caranya dengan menemui di tempat praktek di rumah.

Pengamatan awal tidak hanya di dapat melalui apoteker saja melainkan juga mendapatkan informasi dari salah satu pegawai PBF (Pedagang Besar Farmasi) yang ada di Kota Madiun. Ia menjelaskan bahwasannya terdapat beberapa tahapan sehingga produk obat dapat tersalurkan pada apotek dan dinikmati oleh konsumen. Sistem penyalurannya mulai dari industri farmasi atau pabrik obat mengeluarkan produk obat, yang kemudian produk tersebut dikirim ke PBF (Pedagang besar farmasi) selanjutnya akan dikirim ke apotek pada rumah rumah sakit. Selanjutnya, industri farmasi memiliki pekerja yang disebut dengan medrep yang memiliki tanggung jawab untuk memperkenalkan produk obat kepada dokter. Kemudian jika dokter sudah menyetujui untuk mengambil produk obat tersebut maka medrep akan meminta sales obat dari pedagang farmasi untuk mengantarkan produknya tersebut.

Medrep merupakan bagian dari industri farmasi yang ikut menjadi komponen penting dalam perusahaannya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu medrep dari

salah satu cabang perusahaan Industri Farmasi yang berpusat di Jakarta maka didapatlah banyak informasi. Salah satu tugas utama seorang medrep adalah melakukan kunjungan secara rutin ke dokter. Ada dokter yang dikunjungi seminggu sekali, ada juga yang cukup 2 kali dalam sebulan. Bahkan untuk dokter-dokter tertentu, ada yang dikunjungi lebih dari sekali dalam seminggunya. Semakin rutin seorang medrep melakukan kunjungan maka produk yang dipromosikannya akan diingat dan akhirnya diresepkan oleh dokter. Pada saat melakukan kunjungan, seorang medrep juga membutuhkan visit plan atau rencana kunjungan untuk menyiapkan bahan apa yang akan disampaikan ketika bertemu dokter. Setiap medrep tentunya memiliki materi bahasan yang berbeda dalam setiap pertemuannya dengan dokter yang sama, demi menghindari kebosanan juga dari pihak dokter.

Jam kerjanya adalah 1x24 jam, sewaktu-waktu jika dokter membutuhkan medrep. Jika dokter membutuhkan penjelasan tentang produk A maka medrep juga harus siap menelfon atau bertemu langsung. Target yang ditentukan dari perusahaan adalah target bulanan namun sesuai potensi areanya masing-masing dan penentuannya menurut medrep itu sendiri. Cara membangun hubungan baik dengan dokter, ialah pribadi diri sendiri harus dikenal oleh dokter yang pertama adalah intertain dengan mengajak makan dokter, intinya jika menginginkan kedekatan dengan user maka kita harus tau kesukaan dari usernya, cara ngobrolnya itu bagaimana, karakternya seperti apa, kadang ada dokter yang sukanya berbicara halus. Maka dari itu ia harus bermain akal dan harus pintar-pintar menggali, yang pertama mungkin hobi, putranya sekolah dimana, ulang tahunnya, bukan hanya belajar produk saja jika dokternya suka bermain musik maka ia juga harus belajar juga dari situ obrolan bisa nyambung.

Sebagai seorang medrep maka sudah menjadi kewajiban untuk mengenalkan produknya kepada dokter yang tujuannya bukan lagi untuk target diri sendiri melainkan juga untuk kemajuan perusahaannya. Begitu halnya dengan dunia farmasi, juga terdapat undang-undang atau kode etik yang harus ditaati oleh seorang Industri Farmasi. Kode etik ini merupakan salah satu unsur penting dalam kerangka upaya mengatur, membina dan mengembangkan usaha Farmasi yang sehat dan bertanggung jawab, sejalan dengan tradisi luhur bidang kesehatan. Tujuannya adalah untuk menetapkan standar tinggi yang harus ditaati oleh industri farmasi dalam melaksanakan pemasarannya. Adapun terdapat kode etik, yang di dalamnya terdapat pasal 1 sampai 10 yang menjelaskan bagaimana aturan-aturan yang harus ditaati oleh perusahaan farmasi. Salah satunya pasal 3 mengenai

medrep yang menjelaskan bagaimana tugas dan tanggung jawab menjadi seorang medrep (Gpfarmasi, 2003)

Telah disampaikan diatas, fokus penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah “Modal Sosial Medical Representative Perusahaan Farmasi di Kota Madiun”, rumusan masalah yang akan dilakukan terkait dengan bagaimana Medical Representative yang ada di kota Madiun membangun modal sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana indikator dari modal sosial yang terdiri dari norma, nilai-nilai, hubungan timbal balik, jaringan sosial dan juga kepercayaan yang digunakan Medical Representative dalam interaksinya dengan dokter.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori modal sosial Robert D Putnam menjelaskan bahwa modal sosial adalah bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma dan jaringan dari ikatan masyarakat yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi adanya kerjasama bagi keuntungan bersama. Dengan membangun hubungan dengan sesama dan menjaganya agar terus berlangsung sepanjang waktu, maka orang mampu bekerja bersama-sama untuk mencapai berbagai hal yang tidak dapat dilakukan sendiri. Orang berhubungan melalui jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lainnya dalam jaringan tersebut, maka hal tersebut dipandang sebagai modal. Kepercayaan muncul atas dasar kejujuran, kesetiaan dan juga kerjasama yang baik.(Field, 2003: 49)

Putnam menjelaskan mengenai 5 unsur modal sosial, yang pertama adalah trust atau kepercayaan sebagai bentuk keinginan untuk mengambil risiko dalam hubungan sosial yang didasari oleh perasaan. Kedua adalah partisipasi dalam jaringan sosial dimana terdapat kemampuan anggota masyarakat untuk menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang akan mempengaruhi lemah atau kuatnya modal sosial dalam suatu masyarakat. Ketiga, modal sosial selalu bercirikan tukar kebaikan atau reciprocity yaitu digambarkan dengan tingkat kepedulian sosial saling membantu dan saling memperhatikan satu dengan yang lainnya. Keempat, norma-norma sosial berperan penting dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat. Selanjutnya kelima yaitu nilai-nilai sosial yang dianut oleh suatu masyarakat, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh masyarakat dan semua itu harus melalui proses pertimbangan.

Selanjutnya Putnam memperkenalkan perbedaan antara dua bentuk dasar modal sosial yaitu modal sosial yang mengikat dan menjembatani. Modal sosial yang

mengikat, yang berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama seperti keluarga dekat, teman akrab, dan rukun tetangga. Modal sosial yang mengikat adalah sesuatu yang baik untuk hubungan timbal balik dan menjadi semacam perekat untuk memelihara kesetiaan dan memperkuat identitas seseorang. Sedangkan untuk modal sosial yang menjembatani, yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang seperti teman jauh dan rekan kerja. Hubungan-hubungan yang menjembatani lebih baik dalam menghubungkan kepentingan yang bersifat eksternal dan baik bagi persebaran informasi, sehingga hubungan timbal balik yang dilakukan akan lebih luar. (Field, 2003: 52)

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan perspektif etnometodologi. Pada penelitian kualitatif permasalahan dapat dilacak lebih mendalam, data yang diperoleh lebih lengkap, dan data yang diperoleh dapat dipercaya sehingga tujuan penelitian dapat dicapai dengan baik. Etnometodologi merupakan perspektif yang ada dalam pendekatan penelitian kualitatif yang mengamati perilaku individu dalam mengambil tindakan yang disadarinya, cara mengambil tindakannya atau cara mereka belajar dalam mengambil tindakan itu. Perspektif etnometodologi menghasilkan data yang bersifat deskriptif, yakni data yang berasal dari pengamatan suatu ucapan, tulisan, dan perilaku subjek yang diamati (Moleong, 2007: 14).

Perspektif etnometodologi mengacu pada studi tentang cara individu menciptakan dan memahami kehidupan keseharian antara *medrep* dengan dokter, dengan mengkonstruksi realitas yang dibuat seseorang. Etnometodologi berusaha menjelaskan tentang cara orang-orang bertindak untuk melihat, dan menjelaskan keteraturan dalam dunia dimana mereka hidup (Poloma, 2010: 278). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif etnometodologi agar dapat mengerti dan mengungkap kenyataan baru berdasarkan lingkungan keseharian subjek penelitian.

Teknik pengumpulan data yang menggunakan data primer dan sekunder melalui observasi dan wawancara sebagai pendukung atas observasi dan pengamatan yang dilakukan. Teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Proses pertama untuk menganalisis data yaitu diawali dengan mencerna seluruh sumber dengan menggunakan perspektif teori Robert D Putnam. Analisis data bersifat induktif yaitu dimulai dari data khusus kemudian menuju data yang lebih umum dan hasil

penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Kedua, proses reduksi data yaitu dengan menyusun rangkuman dari hasil pengamatan dan wawancara yang dianggap penting atau suatu proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyelenggaraan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan maupun temuan data lainnya. Ketiga, menginterpretasikan dan menjelaskan hasil temuan data dengan teori yang relevan dan pada penelitian ini data dianalisis dengan teori Modal Sosial Robert D Putnam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk modal sosial yang digunakan oleh Medical Representative saat berkomunikasi dengan dokter memiliki 3 parameter yaitu jaringan sosial, kepercayaan dan juga norma.

Jaringan Sosial (*Social Network*)

Jaringan sosial adalah sebuah pola hubungan yang terjalin antara individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk formal maupun bentuk informal. Hubungan yang terjadi dalam hal ini adalah hubungan antara *medrep* dengan dokter. *Medrep* membangun jaringan sosial dengan dokter agar memudahkannya untuk menawarkan produk yang dibawanya. Jaringan yang terbangun adalah modal terpenting dalam mempertahankan hubungan yang terjalin antara keduanya, *medrep* menggunakannya sebagai awal membangun hubungan baik dengan dokter. Jika jaringan antara *medrep* dengan dokter sudah terbentuk, maka akan terjadi komunikasi yang dimulai dengan obrolan pribadi terlebih dahulu dan dilanjutkan ke profesionalnya dengan memperkenalkan diri dari perusahaan mana dan berlanjut memperkenalkan produk yang dibawanya.

Jaringan sosial dapat bersifat mengikat (*Bonding*) atau menjembatani (*Bridging*). Robert D Putnam menjelaskan perbedaan anatara dua bentuk yang mengikat dan menjembatani. Mengikat adalah sesuatu yang baik untuk hubungan timbal balik dan menjadi semacam perekat untuk memelihara kesetiaan dan memperkuat identitas seseorang. Sedangkan untuk menjembatani adalah mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang seperti rekan kerja. Contohnya, yang mengikat seperti adanya aturan dari perusahaan yang tidak diperbolehkan untuk menjelekkan produk atau perusahaan farmasi lain. Sedangkan yang menjembatani lebih longgar seperti pada saat *medrep* bertemu dengan *medrep* lain justru saling memberikan informasi mengenai sifat dari dokter yang sama. Kemudian dalam hal ini dapat dilihat dari hasil temuan data yang telah di dapat, dalam jaringan sosial yang

terdapat pada *medrep* dapat dikategorikan menjadi 3 hal diantaranya :

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan adalah unsur penting dalam modal sosial yang merupakan perekat bagi langgengnya hubungan dalam suatu kelompok masyarakat. Dengan menjaga suatu kepercayaan, orang-orang bisa bekerjasama secara efektif. Kepercayaan memiliki dampak positif terhadap hubungan antara *medrep* dengan dokter, artinya diantara hubungan yang terjadi antara keduanya telah memiliki kepercayaan (saling mempercayai) satu sama lain. Adanya rasa kepercayaan akan membuat aktivitas penjualan obat terus berjalan dengan lancar.

Masing-masing *medrep* memiliki cara sendiri untuk meyakinkan dokter agar menaruh kepercayaan padanya. Seperti yang diungkapkan oleh Putnam, kepercayaan adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosialnya yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung. Dimana kepercayaan muncul atas dasar kejujuran, kesetiaan dan juga kerjasama yang baik. Hal ini juga dilakukan oleh *medrep* bahwasannya ia akan melakukan kunjungan rutin dengan dokter untuk mendapatkan kepercayaan darinya. Kejujuran menjadi kunci utama yang harus dimiliki oleh *medrep*, maka kemudian akan memunculkan kerjasama yang baik antara dokter dengan *medrep*. Bahkan kunjungan rutin yang dilakukan bisa hanya terfokus pada salah satu dokter saja yang bertujuan agar maksimal dalam memberi pelayanan. Pelayanan yang dimaksud dalam dunia *medrep* ialah pada saat dokter membutuhkan sesuatu *medrep* harus siap membantu. Ketika sewaktu-waktu dokter membutuhkan *medrep* untuk menjelaskan mengenai produknya maka *medrep* harus siap untuk mengunjungi dan menjelaskan secara detail. Dari situlah nantinya dokter akan menilai seberapa perhatiannya *medrep* dengan dirinya.

Norma (Norms)

Norma sosial adalah kebiasaan umum yang menjadi patokan perilaku dalam suatu kelompok masyarakat dan batasan wilayah tertentu. Norma menyangkut perilaku-perilaku yang pantas dilakukan dalam menjalani interaksi sosialnya. Keberadaan norma dalam masyarakat bersifat memaksa individu atau suatu kelompok agar bertindak sesuai dengan aturan sosial yang telah terbentuk. Pada dasarnya, norma disusun agar hubungan di antara manusia dalam masyarakat dapat berlangsung tertib sebagaimana yang diharapkan. Norma tidak boleh dilanggar siapapun, yang melanggar norma atau tidak

bertingkah laku sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam norma itu akan memperoleh hukuman.

Norma-norma sosial berperan penting dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat seperti yang telah diungkapkan oleh Putnam. Sedangkan dalam dunia *medrep* sendiri, mengenai norma sebenarnya tidak ada norma khusus yang mengatur bagaimana *medrep* harus berkomunikasi dengan dokter. Pada umumnya, norma yang ada pada masing-masing perusahaan hanya mengatur bagaimana sikap, perilaku dan penampilan yang harus ditaati oleh *medrep*. Seperti harus memiliki sikap yang baik, perilaku yang sopan santun dan juga berpenampilan rapi dan menarik. Aturan-aturan yang ada pada masing-masing perusahaan dinilai standart, seperti halnya aturan kunjungan yang harus dilakukan setiap harinya yaitu berapa dokter dan berapa apotek.

Ada lagi aturan yang mengatur soal penampilan *medrep* yang mengharuskan untuk berpakaian sopan dan rapi, selain itu juga penting menjaga bau badan. Bisa dibayangkan jika seorang *medrep* sedang mengunjungi dokter dengan penampilan lusuh dan juga tidak wangi maka dokter pastinya akan enggan untuk menemuinya. Kemudian aturan lainnya seperti harus jujur, tidak boleh FOG yaitu buang barang dan juga bekerja sesuai standart operasional perusahaan (SOP). Sebenarnya tidak ada aturan khusus yang tertulis mengenai kinerjanya, namun *medrep* harus berinisiatif, kreatif dan juga inofatif dalam berkomunikasi dengan dokter. Adapun norma yang mengatur namun dari gabungan perusahaan farmasi (GP farmasi), yang di dalam mengatur tentang segala hal yang berkaitan dengan farmasi. Sedangkan di dalamnya terdapat beberapa point dan salah satunya adalah aturan yang mengatur *medrep*, namun hanya secara umum dan tidak mendetail.

PENUTUP

SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Medical Representative menggunakan modal sosial sebagai alat untuk menarik perhatian dokter. Modal Sosial memiliki 3 parameter yang dapat mewakili tindakan Medical Representative. Pertama adalah jaringan sosial, dimana jaringan harus dibangun mulai dari awal dengan cara mendekati dokter secara personal. Perlu diperhatikan dalam hal ini *medrep* menjaga perilakunya mulai dari percakapan tingkah laku bahkan sampai penampilan sekalipun. Karena awalnya pasti dokter akan melihat dari kepribadian *medrep* terlebih dahulu, jika memang sudah baik dan dalam obrolan nyambung maka dengan sendirinya akan menjadi akrab.

Kedua yakni, kepercayaan atau *trust* menjadi unsur penting dalam modal sosial yang merupakan perekat bagi langgengnya hubungan. *Medrep* akan melakukan kunjungan rutin dengan dokter untuk mendapatkan kepercayaan darinya. Jika kepercayaan sudah muncul dan menghasilkan hubungan diantara *medrep* dengan dokter, maka hubungan tersebut harus dijaga dengan baik. Jika hubungan baik sudah terjalin antara *medrep* dengan dokter maka akan memunculkan manfaat diantara keduanya. Manfaat dari sisi *medrep*, yaitu ia dapat memenuhi target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan setelah diresepkannya produk oleh dokter. Sedangkan, dari sisi dokter juga mendapat manfaatnya yakni dapat *update* mengenai produk baru yang berguna untuk pasiennya.

Kemudian yang ketiga adalah norma, yang digunakan oleh Medical Representative sebagai acuan untuk bertindak dan membatasi diri dari perilaku-perilaku yang tidak baik untuk menjaga nama baik perusahaan. Sanksi yang terdapat pada perusahaan farmasi terkait dengan *felt new* atau target penjualan pada masing-masing perusahaan. Biasanya *medrep* akan melewati masa percobaan bekerja selama 3 bulan, dari situ perusahaan dapat melihat kinerja dari *medrep*. Kemudian sanksi disesuaikan dari perusahaan masing-masing, ada bermacam-macam sanksi mulai dari berupa peringatan, denda, pemindahan area sampai dengan pemutusan

hubungan kerja (PHK). Perusahaan akan mencoba terus menekan *medrep* agar mencapai target, namun pada kenyataan masing-masing individu berbeda-beda. Karena ada karyawan yang semakin ditekan dia semakin giat berusaha dan memikirkan bagaimana caranya agar mencapai target. Sedangkan disisi lain, ada karyawan yang semakin ditekan semakin dia stres dan berakhir dengan mengundurkan diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Field, John. 2010. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Offset
- Gpfarmasi. 2003. *Pemasaran usaha farmasi Indonesia untuk produk etikal*. (online). ("http://www.gpfarmasi.or.id/index.php?option=com_content&view=article&id=5. Diakses" pada tanggal 10 Januari 2017)
- Librianty, Andina. 2013. *Kuncisuksesamsung*. (online). (http://techno.okezone.com/read/2013/11/14/57/896896/ini-kunci-sukses-samsung. Diakses" pada tanggal 10 Maret 2017)
- Moleong, J. lex. 2007. *Metodologi penelitian kualitatif*. Edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Poloma, Margaret M. 2010. *Sosiologi kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada