

**PERSAINGAN ANTAR SALES PERUSAHAAN FARMASI  
DALAM MEREKUT PENULISAN RESEP DOKTER  
(Studi Terhadap *Sales* Tiga Perusahaan Farmasi di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Oleh

**YASFILLAILI  
BP. 06 191 047**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2010**



## ABSTRAK

YASFILLAILI. BP. 06191047. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: *Persaingan Antar Sales Perusahaan Farmasi dalam Merebut Penulisan Resep Dokter (Studi Terhadap Sales Tiga Perusahaan Farmasi di Kota Padang)*. Pembimbing I Drs. Ardi Abbas, MT dan Pembimbing II Prof. Dr. Damsar, M.A. Tebal Skripsi: 90 halaman.

Sales merupakan pekerja yang menjual jasa untuk memasarkan produk-produk perusahaan kepada konsumen yang membutuhkan. Pada perusahaan farmasi, tenaga sales sangat berperan penting dalam mensosialisasikan dan memasarkan produk kepada konsumen. Sales berlomba-lomba memberikan hadiah kepada dokter praktek umum dan spesialis, agar menggunakan obat-obatan dari pabrik yang mereka distributor. Dengan keterbatasan jumlah konsumen dibandingkan jumlah pedagang dalam daerah pemasaran tersebut dan diduga karena mereka mempunyai kepentingan yang sama, maka para produsen harus mempunyai strategi dalam menarik pelanggan sebanyak mungkin, sehingga ada kejadian konsumen yang berpindah dari sales ke sales yang lain dan perusahaan yang lain. Hal ini sedikit banyaknya pasti menimbulkan persaingan diantara sesama sales tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan teori Pertukaran Perilaku Sosial. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tipe penelitiannya deskriptif. Dalam pengumpulan data digunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dengan menggunakan *purposive sampling* (disengaja). Unit analisisnya adalah sales dari tiga perusahaan farmasi di kota Padang. Analisis data menggunakan metode deskriptif yakni data yang diperoleh dilapangan disusun secara sistematis dan disajikan secara deskriptif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih tajam tentang fenomena yang terjadi dan akhirnya dapat memberi kesimpulan. Data yang didapat dianalisa dengan teknik triangulasi yakni sebagai pembanding dari data yang didapat sales perusahaan farmasi yang memasarkan produknya.

Dari hasil temuan di lapangan dapat disimpulkan bahwa sales perusahaan farmasi dalam merebut penulisan resep dokter, berlomba-lomba memberikan hadiah kepada dokter praktek umum dan spesialis, agar menggunakan obat-obatan dari pabrik yang mereka distributor. Para sales memberikan hadiah kepada dokter baik berupa uang tunai, mengikutkan seminar bidang kedokteran sampai memberi barang-barang berharga jika para dokter menggunakan obat-obatan yang ditawarkan. Makin banyak resep dokter yang diberikan oleh dokter kepada pasien, makin besar bonus yang mereka terima dari perusahaan farmasi. Dalam hubungan sosial diantara para sales dengan sales perusahaan farmasi lain memang terjadi persaingan tapi tidak mengarah kepada konflik yang berakhir dengan kekerasan. Masing-masing mereka telah memiliki strategi dan pola-pola untuk mendapatkan konsumen, yang mana satu sama lainnya terdapat perbedaan secara individu maupun dari segi perusahaannya. Hubungan pertukaran antara sales dan dokter adalah seimbang. Dimana sales memberikan reward dan dokter menuliskan resep untuk pasien. Produk yang ditawarkan sales dipakai dan dokter mendapat hadiah.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang masalah

Setiap manusia mempunyai keinginan untuk bekerja dan mendapatkan pekerjaan. Hal ini disebabkan karena dengan bekerja orang dapat memenuhi kebutuhan hidup. Secara umum, pekerjaan yang ada dalam masyarakat dapat digolongkan ke dalam sektor formal dan sektor informal. Pekerjaan yang digolongkan dalam sektor formal adalah seperti pegawai negeri, pegawai perusahaan swasta, pegawai bank, pengusaha dan lain-lain. Sedangkan pekerjaan yang tergolong ke dalam sektor informal seperti pedagang kaki lima, sales, tukang becak, penjual jamu, dan lain sebagainya ([http://www.iai.or.id/sayembara\\_lahant\\_eri\\_antar\\_html](http://www.iai.or.id/sayembara_lahant_eri_antar_html), diakses 2 Maret 2010).

Sempitnya lapangan kerja saat ini merupakan masalah yang cukup besar dan berat yang belum terpecahkan sampai saat sekarang ini. Di Negara berkembang termasuk Indonesia, lapangan kerja sebagai wadah bagi mereka yang membutuhkan pekerjaan sampai saat sekarang ini masih belum bisa mengendalikan tingkat pengangguran yang semakin tinggi. Sejalan dengan kemajuan pembangunan yang telah dilaksanakan banyak dari penduduk yang kalah bersaing dalam mendapatkan pekerjaan dan terpaksa menganggur. Persaingan yang semakin ketat ini memaksa para pencari kerja untuk lebih keras dalam bersaing untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkannya.



Jumlah penduduk yang besar berakibat susahny mendapatkan kesempatan kerja. Jumlah penduduk yang banyak disertai kemampuan dan usaha dapat meningkatkan produktivitas dan membuka lapangan kerja baru, demikian sebaliknya apabila jumlah penduduk yang banyak tidak disertai dengan kemampuan dan usaha dapat menghambat kesempatan kerja dan bisa berakibat menimbulkan pengangguran. Pengangguran bisa diatasi dengan banyaknya lapangan kerja yang tersedia bagi pencari kerja.

Mereka yang tidak mendapatkan pekerjaan di sektor formal, mencari jalan keluar sendiri-sendiri. Salah satu peluang kerja yang ada saat ini adalah sales. Sales adalah pekerjaan yang bergerak dalam bidang penawaran barang atau jasa kepada para konsumen. Pekerjaan ini menjanjikan jenjang karier yang cukup baik dan jumlah penghasilan yang tergolong tinggi (Siswanto Sutojo, 2000 : 38). Tenaga sales dijadikan sebagai ujung tombak bagi perusahaan dalam menawarkan suatu produk. Saat ini pekerjaan sebagai sales marak terjadi, termasuk di kota Padang. Salah satunya yaitu sales obat-obatan. Hal ini di buktian dengan hampir di setiap rumah sakit, apotek, maupun rumah penduduk terdapat sales.

Jasa sales merupakan salah satu cara promosi yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh produsen/perusahaan. Perusahaan merekrut perempuan dan laki-laki dengan syarat dan kriteria tertentu untuk bekerja memasarkan suatu jenis produk. Bagi laki-laki harus ulet dan pandai berbicara sedangkan yang perempuan harus berpenampilan menarik, ramah dan pintar menggunakan kata-kata yang menarik untuk menjaring konsumen.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

1. Sales merupakan pekerja yang menjual jasa untuk memasarkan produk-produk perusahaan kepada konsumen yang membutuhkan. Sales berusaha mempromosikan serta menjual barang perusahaan sebanyak-banyaknya, sehingga kemampuannya ini sangat berpengaruh terhadap majunya sebuah perusahaan. Sales adalah tenaga pemasaran yang bertugas untuk mempromosikan dan juga menawarkan barang produksi suatu perusahaan secara langsung kepada calon pembeli atau konsumen. Mereka menjual produk langsung kepada perorangan. Tujuan promosi dengan cara ini adalah agar sales dapat menjelaskan secara langsung kepada calon konsumen tentang keunggulan produknya.
2. Sales perusahaan farmasai berlomba-lomba memberikan hadiah kepada dokter praktek umum dan spesialis, agar menggunakan obat-obatan dari pabrik yang mereka distributori. Para sales memberikan hadiah kepada dokter baik berupa uang tunai, mengikutkan seminar bidang kedokteran sampai memberi barang-barang berharga jika dokter menggunakan obat-obatan yang ditawarkan. Makin banyak resep dokter yang diberikan oleh dokter kepada pasien, makin besar bonus yang mereka terima dari perusahaan farmasi.

## Daftar Pustaka

### Buku :

- Afrizal. 2005. *Metode Penelitian II*. Padang : Jurusan Sosiologi. FISIP UNAND.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- , 2005. *Sosiologi Pasar*. Padang : Laboratorium Sosiologi FISIP Unand.
- Djojohadikusumo, Sumitro. 1994. *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. Jakarta : LP3ES.
- Eska, Bamar. 2001. *Rahasia keberhasilan salesman*. Jakarta : Putra Pelajar.
- Featherstone, Mike. 2005. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hartono G. Petrus. 2008. *Sales Power*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Horton, Paul B dan Hunt, Chester L. 1996. *Sosiologi, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Ludiono, Luthfie. 2008. *Sales Genius Personality & Professionalism*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya.