

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KAPABILITAS RELASIONAL TERHADAP
MODAL JARINGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
KINERJA MEDICAL REPRESENTATIVE
PT. HARSEN LABORATORIES INDONESIA**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

ISABELLA

NIM. 500003676

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2015**

ABSTRACT

RELATIONAL CAPABILITY IMPACT TO NETWORK CAPITAL AND IMPACT TO PERFORMANCE OF MEDICAL REPRESENTATIVE PT. HARSEN LABORATORIES INDONESIA

Isabella

Isabella.isabella.is@live.com

Graduate Studies Program

Indonesia Open University

Trading in limited drugs and hard drugs require a prescription. With the importance of the role of the doctor, it is necessary using sales of medicine (medical representative), whom competent to market these drugs and have a good performance. Good performance of medical representatives can be seen from the relational capability (capability relational) owned by medical representatives, establish the relationship between the medical representative with hospitals, doctors, midwives and other medical personnel that creates a win-win relationship, relationships that benefit both sides. With the good relationship, then the network capital (capital network) will also built, it means the network that is built can expand access to resources and knowledge. In essence, the network that was built to be the capital to be able to utilize the resources that the doctors or the hospital so that network marketing can be improved.

The purpose of this study was to analyze the effect of relational capabilities and network capital to the performance of medical representative. The method used is descriptive verification. There are 133 samples taken from three locations: Jakarta, Surabaya and Semarang. Data analysis method using SPSS Path Analysis.

Research indicates there is impact from relational capability to medical representative performance, impact from network capital to medical representative performance, and also impact from relational capability indirectly through network capital to medical representative performance. With this, it can be seen medical representative performance can be improved by increasing the relational capability and network capital.

*Key words: relational capability, network capital, medical representative
performace*

ABSTRAK

PENGARUH KAPABILITAS RELASIONAL TERHADAP MODAL JARINGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA MEDICAL REPRESENTATIVE PT. HARSEN LABORATORIES INDONESIA

Isabella

Isabella.isabella.is@live.com

Program Pasca Sarjana

Universitas Terbuka

Perdagangan obat bebas terbatas dan obat keras memerlukan resep dokter. Dengan pentingnya peran dokter, maka diperlukan tenaga pemasar obat (*medical representative*) yang kompeten untuk memasarkan obat-obat tersebut dan memiliki kinerja baik. Kinerja *medical representative* yang baik dapat dilihat dari *relational capability* (kapabilitas relasional) yang dimiliki oleh *medical representative*, membangun hubungan yang terjalin antara *medical representative* dengan rumah sakit, dokter, bidan dan tenaga medis lainnya merupakan hubungan *win-win solution*, hubungan baik yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya hubungan yang baik, maka *network capital* (modal jaringan) juga akan terbangun artinya jaringan yang dibangun dapat memperluas akses terhadap sumberdaya dan pengetahuan. Intinya, jaringan yang dibangun dapat menjadi modal untuk dapat memanfaatkan sumber daya yaitu para dokter ataupun rumah sakit sehingga jaringan pemasaran dapat ditingkatkan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kapabilitas relasional dan modal jaringan terhadap kinerja *medical representative*. Metode penelitian yang digunakan berdifat deskriptif verifikatif. Terdapat 133 sampel yang diambil dari 3 lokasi, yakni Jakarta, Surabaya, dan Semarang. Metode analisa data yang digunakan menggunakan SPSS Path Analysis.

Penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative*, pengaruh modal jaringan terhadap kinerja *medical representative*, dan terdapat pengaruh kapabilitas relasional secara tidak langsung melalui modal jaringan terhadap kinerja *medical representative*. Dengan ini, dapat diketahui kinerja *medical representative* dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kapabilitas relasional dan modal jaringan.

Kata kunci: kapabilitas relasional, modal jaringan, kinerja medical representative

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Medical Representative PT. Harsen Laboratories Indonesia adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, 16 Juni 2015
Yang Menyatakan

ISABELLA
500003676

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

PENGESAHAN

Nama : Isabella
NIM : 500003676
Program Studi : Magister Manajemen
Judul TAPM : Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan
Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Medical Representative
PT. Harsen Laboratories Indonesia

Telah dipertahankan dihadapan Sidang Komisi Penguji TAPM Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 3 Juli 2015

Waktu : 14.30 WIB

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TAPM:

Ketua Komisi :

Penguji : Dr. Sri Listyarini, M. Ed

Penguji Ahli :

Dr. Agus Maulana, MSM

Pembimbing I :

Dr. Ginta Ginting, M.B.A.

Pembimbing II :

Ir. Anak Agung Made Sastrawan Putra, M.A., Ed.D.

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan
Serta Dampaknya Terhadap Kinerja *Medical Representative*
PT. Harsen Laboratories Indonesia

Penyusun TAPM : Isabella

NIM : 500003676

Program Studi : Magister Manajemen

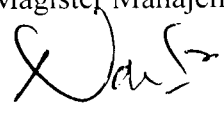
Hari/Tanggal : Jumat, 3 Juli 2015

Menyetujui:

Pembimbing I,

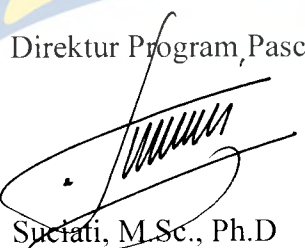

Dr. Ginta Ginting, M.B.A.
NIP. 1960081819860300

Pembimbing II,


Ir. A.A. Made S. Putra, M.A., Ed.D
NIP. 195907041986031003**Mengetahui:**Ketua Bidang Ilmu
Magister Manajemen,
Mohamad Nasoha, SE., M.Sc
NIP. 197811112005011001

Jakarta, 3 Juli 2015

Direktur Program Pascasarjana,


Sucati, M.Sc., Ph.D
NIP. 195202131985032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah yang dikaruniakan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja *Medical Representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia”. Terima kasih pula dihaturkan kepada keluarga, rekan-rekan, serta pihak PT. Harsen Laboratories atas segala bantuannya dalam penulisan proposal ini.

Tujuan ditulisnya tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi Magister Manajemen Online Pascasarjana Universitas Terbuka. Tak lain dengan ditulisnya penelitian ini juga bermanfaat bagi penulis dan perusahaan yang terkait.

Penulis juga menyadari bahwa tugas akhir yang disusun jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis sehingga dapat menyusun karya yang lebih baik lagi. Besar harapan bahwa karya yang dihasilkan penulis dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 3 Juli 2015

Penulis

Isabella

UNIVERSITAS TERBUKA PROGRAM PASCASARJANA

Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15418
Telp. (021) 7490941, Fax. (021) 7415588

RIWAYAT HIDUP

Nama : Isabella

NIM : 500003676

Tempat dan Tanggal Lahir : Surabaya, 18 Desember 1989

Registrasi Pertama :

Riwayat Pendidikan : SD Kr. Petra 1
SMP Kr. Petra 2
SMA Kr. Petra 1
S1 Pendidikan Dokter Universitas Airlangga

Riwayat Pekerjaan : 2012 - 2013: Dokter umum Puskesmas Pandaan
2013 - 2014: Dokter umum RSUD Bangil
2014 - sekarang : Manajer Operasional PT. Harsen cabang Surabaya
2014 - sekarang : Praktek Pribadi dokter umum

Alamat Tetap : Jl. Raya Dharmahusada Indah 123 Blok F 224
Surabaya

Telp/HP : (031) 5945792 / (0838) 5500880

Email : Isabella.isabella.is@live.com

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	
1. Konsep Modal Jaringan	7
2. Konsep Kapabilitas Relasional	9
3. Konsep Kinerja	12
4. Kinerja Pemasaran	13
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Berpikir	18
D. Hipotesis	20
E. Definisi Operasional	20
F. Deskripsi Perusahaan	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	23
B. Operasionalisasi Variabel Penelitian	24

C. Waktu dan Lokasi Penelitian	26
D. Populasi dan Sampel	26
E. Instrumen Penelitian	27
F. Prosedur Pengumpulan Data	28
G. Metode Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	30
B. Karakteristik Responden	30
C. Deskripsi Variabel	32
D. Hasil Uji Statistik dan Pembahasan	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Definisi Relational Capability (Kapabilitas Relasional)	9
2.2	Komponen dari Relational Capability (Kapabilitas Relasional)	10
2.3	Dimensi dalam Kapabilitas Relasional	11
2.4	Penelitian Jurnal terdahulu	17
2.5	Definisi Operasional Variabel	21
3.1	Operasionalisasi Variabel	24
4.1	Pembagian Area Kuesioner	30
4.2	Karakteristik Responden	31
4.3	Data Variabel Kapabilitas Relasional	34
4.4	Data Variabel Modal Jaringan	36
4.5	Data Variabel Kinerja <i>Medical Representative</i>	38
4.6	Hasil Uji F Kapabilitas Relasional Terhadap Kinerja MedRep	45
4.7	Hasil Uji T Kapabilitas Relasional Terhadap Kinerja MedRep	46
4.8	Hasil Koefisien Determinasi Kapabilitas Relasional Terhadap Kinerja MedRep	46
4.9	Hasil Uji F Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep	48
4.10	Hasil Uji T Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep	48
4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep	49
4.12	Hasil Uji F Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan	51
4.13	Hasil Uji T Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan	51
4.14	Hasil Koefisien Determinasi Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Proses Kapabilitas Relasional	10
2.2	Kerangka Berpikir	19
4.1	Nilai Reliabilitas	41
4.2	Model Analisis Jalur Penelitian	44
4.3	Model Kapabilitas Relasional Terhadap Kinerja MedRep	44
4.4	Hasil Model Kapabilitas Relasional Terhadap Kinerja MedRep	47
4.5	Model Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep	47
4.6	Hasil Model Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep	49
4.7	Model Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan	50
4.8	Hasil Model Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan	52
4.9	Hasil Model Analisa Jalur	53



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Lampiran Kuesioner Penelitian	62
2	Lampiran Data Kasar Penelitian	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam perdagangan semakin meningkat di era globalisasi tak terkecuali persaingan dalam perdagangan obat. Namun demikian, perdagangan obat berbeda dibandingkan dengan perdagangan produk-produk lain. Jenis-jenis obat tertentu tidak dapat diperdagangkan secara bebas karena harus memenuhi aturan-aturan yang berlaku.

Secara umum sesuai ketentuan dari Departemen Kesehatan, obat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu obat bebas, obat bebas terbatas, obat wajib apotek, obat keras, dan obat psikotropika dan narkotika. Obat bebas adalah obat yang dapat dibeli oleh masyarakat tanpa menggunakan resep dokter. Obat bebas merupakan obat yang paling aman digunakan oleh masyarakat dengan efek samping yang minimal, dan dijual di warung-warung dan depot-depot. Salah satu contoh obat bebas adalah obat-obat golongan multivitamin. Obat bebas terbatas adalah obat yang dapat dibeli tanpa atau dengan resep dokter yang memiliki efek samping terbatas. Bila masyarakat membeli obat bebas terbatas tanpa menggunakan resep dokter, jumlah yang dapat diperjualbelikan hanya dalam jumlah tertentu. Salah satu contoh obat bebas terbatas adalah obat anti flu. Obat keras adalah obat yang memiliki khasiat keras dan untuk memperolehnya diperlukan resep dokter, sebagai salah satu contohnya adalah obat-obatan antibiotika. Sedangkan obat psikotropika dan narkotika adalah obat-obatan yang

dapat menimbulkan efek ketagihan dan memerlukan resep dokter untuk mendapatkannya serta diawasi dengan ketat penjualannya.

Selain penggolongan obat berdasarkan keamanan penggunaannya, seperti diuraikan di atas, menurut ketentuan Departemen Kesehatan Indonesia, jenis obat juga dikelompokkan berdasarkan cara perdagangannya. Perdagangan obat dibagi menjadi beberapa divisi: *over the counter*, *dispensing*, dan *ethical*. Perdagangan *over the counter* adalah perdagangan obat yang menjual obat bebas. Perdagangan *dispensing* dan *ethical* adalah perdagangan yang menjual obat bebas terbatas, obat keras, dan juga sebagian obat psikotropika dan narkotika. Perbedaan antara obat *dispensing* dan *ethical* terletak pada tempat pemberian obat. Perdagangan obat *dispensing* adalah perdagangan obat dimana dokter memberikan obat yang diperlukan secara langsung kepada pasien dengan harga obat yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga obat *ethical*. Sedangkan perdagangan obat *ethical* adalah perdagangan obat dimana dokter tidak memberikan obat secara langsung kepada pasien tetapi melalui resep. Selanjutnya pasien harus datang ke apotek untuk membeli obat tersebut sesuai dengan yang tertulis pada resep. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kunci pemasaran obat *dispensing* dan *ethical* terletak pada dokter, sebagai perantara utama, yang memberikan obat secara langsung atau melalui resep kepada pasien.

Dalam pemasaran obat, seperti halnya pemasaran produk-produk lain, terdapat kegiatan promosi, baik promosi *above the line* maupun *below the line*. Promosi *above the line* merupakan promosi lini atas yang menjangkau pasar yang luas seperti promosi melalui media televisi, koran, dan lain sebagainya, sedangkan promosi *below the line* merupakan promosi lini bawah yang dapat menggunakan

brostur atau pamphlet (Sihite, 2006). Mengingat adanya regulasi yang ketat dalam perdagangan obat-obatan, khususnya untuk obat golongan dispensing dan *ethical*, tidak semua jenis promosi pemasaran dapat dilakukan untuk kedua jenis obat tersebut. Oleh karena itu penggunaan pemasar obat (*Medical Representative*) yang kompeten sangat membantu dalam memasarkan produk obat-obatan tersebut. Pemasaran kepada dokter umumnya dilakukan oleh *Medical Representative* (Medrep) atau *Detailer*. Perusahaan farmasi yang mendominasi di Indonesia dinyatakan dalam data yang dikutip dari SWA edisi 14 bulan Juli 2007, memperjelas pertumbuhan sebesar 10.88% dengan peningkatan jumlah *medical representative* sebesar 10%. PT. Harsen Laboratories Indonesia sebagai pemain baru juga perlu memperhatikan aspek peningkatan *medical representative* mengingat pertumbuhan jumlah *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia setiap tahunnya masih kurang dari 5%.

Sebagai ujung tombak pemasaran produk obat, *medical representative* bertugas untuk memperkenalkan produk, menanamkan *image* dan keunggulan produk kepada dokter, sehingga dokter sebagai perantara utama kepada konsumen dapat mengetahui dan mengenal produk obat dengan baik. Atas dasar hal tersebut, maka diperlukan hubungan yang baik antara dokter dan *medical representative*. Hubungan baik dibentuk berdasarkan komunikasi yang baik sehingga akan terjalin relasi yang baik. Untuk itu, diperlukan adanya kemampuan dari *medical representative* untuk dapat membangun jaringan yang kuat dan membentuk relasi yang baik dengan para dokter. Kedua kemampuan tersebut dikenal dengan istilah *network capability* (modal jaringan) dan *relational capability* (kapabilitas relasional).

PT. Harsen Laboratories Indonesia yang didirikan sejak tahun 1971 merupakan salah satu produsen obat di Indonesia. Obat-obatan yang diproduksi oleh PT. Harsen Laboratories Indonesia meliputi obat bebas, obat bebas terbatas, dan obat keras. Selama kurun waktu 40 tahun, PT. Harsen Laboratories Indonesia bergerak di bidang perdagangan obat OTC (*over the counter*) dan *dispensing*. Permintaan obat *dispensing* merupakan permintaan terbesar yang diterima oleh PT. Harsen Laboratories Indonesia. Salah satu produk andalan yang cukup terkemuka dan digunakan oleh pemerintah dalam rangka program KB adalah pil kontrasepsi Depo Progestin yang memiliki nama dagang Andalan. Untuk meningkatkan kinerjanya, PT. Harsen Laboratories berupaya mengadakan ekspansi dan memperluas pasar maka, sejak tahun 2013, PT. Harsen Laboratories Indonesia memulai langkahnya dalam perdagangan obat-obatan golongan *ethical*. Dengan adanya pandangan bahwa faktor keberhasilan pemasaran produk obat sangat dipengaruhi oleh kinerja *medical representative*, maka PT. Harsen Laboratories Indonesia memerlukan *medical representative* yang berkompeten dan memiliki kinerja yang baik. Kinerja *medical representative* yang baik dapat dilihat dari *relational capability* (kapabilitas relasional) yang dimiliki oleh *medical representative*, membangun hubungan yang terjalin antara *medical representative* dengan rumah sakit, dokter, bidan dan tenaga medis lainnya merupakan hubungan *win-win solution*, hubungan baik yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya hubungan yang baik, maka *network capital* (modal jaringan) juga akan terbangun artinya jaringan yang dibangun dapat memperluas akses terhadap sumberdaya dan pengetahuan. Intinya, jaringan yang dibangun dapat menjadi modal untuk dapat memanfaatkan sumber daya, yaitu

para dokter ataupun rumah sakit sehingga jaringan pemasaran dapat ditingkatkan. Oleh karena itu, dengan latar belakang yang ada, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan serta dampaknya terhadap Kinerja *Medical Representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kapabilitas relasional terhadap modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia?
3. Apakah ada pengaruh modal jaringan terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia?
4. Apakah ada pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia melalui modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis pengaruh kapabilitas relasional terhadap modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia.
- b. Menganalisis pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

- c. Menganalisis pengaruh modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.
- d. Menganalisis pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia melalui modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan dan Para Pengambil Keputusan

Hasil dari penelitian dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam merencanakan strategi yang tepat bagi pemasaran di pasar yang baru, mengukur kinerja *medical representative*, memberikan pelatihan yang tepat untuk meningkatkan kualitas *medical representative*.

2. Bagi Para Peneliti dan Akademisi

- a. Hasil dari penelitian dapat menjadi masukan bagi peneliti untuk mengetahui pengukuran kinerja *medical representative*.
- b. Hasil dari penelitian dapat menjadi wacana bagi akademisi lain untuk mengembangkan maupun mengoptimalkan kinerja *medical representative*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Konsep Modal Jaringan

Dalam hubungan sosial dikenal adanya jaringan yang memperkuat hubungan satu dengan yang lain. Konsep jaringan ini dipandang sebagai konsep strategis yang menjadi suatu modal bagi perusahaan untuk mengembangkan tingkat sosialnya. Konsep ini disebut dengan modal jaringan atau *Network Capital*. Beberapa ahli mengemukakan definisinya mengenai modal jaringan. Acevedo (2007) menyatakan bahwa “*Network capital could then be understood as a measure of differentiated value in the information. Age that communities structured as a social networks generate on the basis of electronic networks for themselves, for others and for society as a whole*”, yang diartikan bahwa modal jaringan dapat dipahami sebagai ukuran nilai informasi, dimana komunitas terstruktur sebagai jaringan sosial yang menjadi basis jaringan elektronik untuk mereka sendiri, orang lain dan untuk masyarakat secara keseluruhan. Castells (2008) menyatakan bahwa *network capital* merupakan modal jaringan yang dijadikan ukuran bagaimana orang berkolaborasi melalui jaringan untuk keuntungan pribadi, komunitas, bahkan masyarakat. Pendapat para ahli lain juga mengemukakan bahwa modal jaringan merupakan modal yang diperlukan dalam membangun hubungan, seperti, Wellman (2010) yang menyatakan bahwa *network capital* sebagai bentuk *social capital* yang memuat sumber daya tersedia melalui hubungan interpersonal. Lebih lanjut, Wellman (2010) mengungkapkan bahwa hal

tersebut terdiri dari pengetahuan untuk mempertahankan jaringan komputer, mencari informasi, menggunakan pengetahuan, menciptakan dan mempertahankan hubungan *online*, dan menggunakan hubungan tersebut untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan, dan hal tersebut dapat diukur dengan frekuensi kontak sosial dengan teman-teman, kerabat, dan rekan kerja. Pentingnya modal jaringan bagi perusahaan, yakni memiliki jaringan yang luas dan kuat, diperlukan guna membangun perusahaan mencapai tujuan bersama, sehingga, dasar dari sebuah jaringan yang baik adalah kemampuan membentuk modal jaringan di dalam perusahaan itu sendiri. Huggins (2009) memperkuat pernyataan bahwa dengan adanya modal jaringan yang baik dalam suatu perusahaan, pembuatan kebijakan secara strategis dan kalkulatif dapat dilakukan sehingga akan membantu perusahaan dalam memutuskan keputusan perusahaan secara strategis.

Fafchamps dan Minten (2012) menyatakan bahwa modal jaringan memiliki tiga dimensi yakni hubungan dengan pedagang lain, hubungan dengan calon pemberi pinjaman, dan hubungan keluarga. Inkpen dan Tsang (2005), menyatakan bahwa modal jaringan terdiri atas beberapa dimensi yang meliputi akses sumber, akses pengetahuan, akses pasar, dan akses teknologi. Akses-akses tersebut diperlukan guna membangun modal jaringan yang solid dalam suatu perusahaan. Wellman dan Kenneth (2010) mengemukakan bahwa heterogenitas yang didapatkan dalam modal jaringan sangat mempengaruhi besar tidaknya modal jaringan yang dibangun. Semakin tinggi heterogenitas yang ada, maka akses-akses untuk membangun modal jaringan yang lebih besar akan lebih mudah. Pada penelitian ini, definisi modal jaringan yang digunakan adalah modal

yang dijadikan ukuran bagaimana orang berkolaborasi melalui jaringan untuk keuntungan pribadi, komunitas, dan masyarakat (Castells, 2008). Adapun dimensi untuk pengukuran variabel modal jaringan adalah akses pengetahuan dan sumber, akses pasar dan teknologi.

2. Konsep Kapabilitas Relasional

Relational capability (kapabilitas relasional) merupakan konsep kapabilitas yang multidimensional. Definisi mengenai kapabilitas relasional juga didefinisikan menurut perspektif masing-masing. Dalam *Journal of Economics and Management* beberapa penulis mengemukakan definisi dari kapabilitas relasional seperti terlihat dalam tabel berikut.

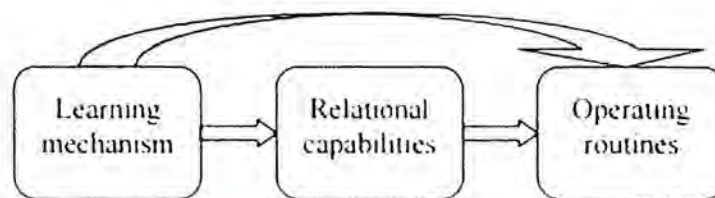
Tabel 2.1 Definisi *Relational Capability* (Kapabilitas Relasional)

Perspektif	Penulis	Definisi
Pandangan Berdasar Sumber Daya	Hefalt et al. (2003)	Kapasitas yang bertujuan menciptakan, memperluas atau memodifikasi perusahaan berdasar sumber daya, dengan melibatkan sumber daya dari mitra kerjasama
Kapabilitas dinamis	Augier, Teece (2007)	Kemampuan untuk aktif beradaptasi untuk mengeksplotasi kompetensi perusahaan secara internal dan eksternal dalam lingkungan perusahaan
Jaringan pemerintahan	Gyer, Singh (1998)	Kesediaan dan kemampuan untuk bermitra
Jaringan manajemen	Rodriguez-Diaz, Espino-Rodriguez (2006)	Keterampilan unggul untuk mengelola sumber daya bersama antara perusahaan

Sumber: Czakon (2009)

Dari beberapa definisi di atas dapat disederhanakan bahwa kapabilitas relasional merupakan kapabilitas untuk membangun relasi dan hubungan. Menurut Zollo (2012), kapabilitas relasional berasal dari mekanisme

pembelajaran yang akan membentuk kapabilitas relasional yang nantinya digunakan dalam operasi sehari-hari. Mekanisme pembelajaran ini berhubungan secara tidak langsung dengan operasi rutin. Rutinitas, kebiasaan akan dipengaruhi oleh pengetahuan yang membentuk kapabilitas relasional.



Gambar 2.1 Proses Kapabilitas Relasional

Kapabilitas relasional juga terdiri atas beberapa komponen. *Journal of Economic and Management* menampilkan beberapa komponen yang membentuk kapabilitas relasional dari beberapa pendapat ahli dalam tabel berikut.

Tabel 2.2 Komponen dari *Relational Capability* (Kapabilitas Relasional)

Penulis	Komponen Kapabilitas Relasional
Jarrat (2004)	- infrastruktur fungsional - pembelajaran terintegrasi - perilaku
Augier, T (2007)	- pembelajaran dan inovasi - kompetensi desain bisnis - investasi keputusan alokasi heuristic - perpaduan asset, tawar-menawar, dan kompetensi kontak - pemerintahan efisien dan keselarasan insentif
Moller, S (2003)	- kemampuan integrasi dan koordinasi nilai aktivitas - pengetahuan sistem nilai - kapabilitas untuk mengeksploitasi kompetensi melalui pengetahuan - kultur terbuka dan terpercaya
Dyer, K (2007)	- manajemen peningkatan pengetahuan - persiapan koordinasi internal

Penulis	Komponen Kapabilitas Relasional
	- fasilitas interaksi dan akuntabilitas - pertahanan visibilitas eksternal
Lorenzoni, L (1999)	- kemampuan menyerap kompetensi dari orang lain - kemampuan kombinasi dan koordinasi dimensi teknis sejumlah besar perusahaan - kemampuan deskripsi arsitektur untuk kombinasi kompetensi yang menciptakan pengetahuan baru

Sumber: Czakon, W (2009)

Dalam pengukuran kapabilitas relasional, dibutuhkan beberapa dimensi kapabilitas relasional. Girraud (2013) menyampaikan beberapa dimensi dari kapabilitas relasional dalam tabel berikut.

Tabel 2.3 Dimensi dalam Kapabilitas Relasional

Dimensi	Komponen	Dibatalkan bila
Integrasi Jaringan	- Status kerja - Akses transport - Akses telekomunikasi - Akses informasi	- Tidak ada pekerjaan stabil dalam relasi profesional - Tidak ada arti transport - Menggunakan telepon, komputer atau internet kurang dari sekali dalam seminggu - Mendapat informasi dari radio, televisi atau koran kurang dari sekali dalam seminggu
Relasi Privat	- Jumlah orang dalam keluarga - Ikatan keluarga - Dukungan finansial - Kepercayaan dalam komunitas	- Hidup sendiri - Tidak ada kepercayaan dalam relatif - Tidak ada teman dekat yang memberikan dukungan psikologi dan emosional - Tidak ada dukungan finansial dari relatif dan kerabat - Tidak ada kepercayaan di individual sekitar
Komitmen	- Keanggotaan - Aksi kolektif - Pilihan - Solidaritas - Kepercayaan di antara orang lain	- Tidak aktif dalam anggota grup - Tidak ada partisipasi dalam aksi politik - Tidak memilih - Tidak aktif dalam keanggotaan grup interaksi - Tidak ada kepercayaan pada orang yang tidak dikenal

Sumber: Czakon (2009)

Pada penelitian ini, definisi kapabilitas relasional yang digunakan adalah kemampuan membangun relasi dan hubungan, berasal dari mekanisme pembelajaran yang dijalankan dalam rutinitas yang menjadi pembelajaran untuk membangun relasi (Zollo, 2017). Adapun dimensi untuk pengukuran variabel kapabilitas relasional adalah integrasi jaringan, relasi pribadi, tindakan.

3. Konsep Kinerja

Kinerja merupakan aspek yang penting dalam suatu perusahaan dan selalu diukur untuk menentukan seberapa jauh tujuan perusahaan tercapai. Kinerja adalah suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan, seseorang harus memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang akan dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya (Hersey & Blanchard, 2008). Robbins (2006) menyatakan bahwa kinerja merupakan fungsi interaksi antara kemampuan (*ability*), motivasi (*motivation*), dan kesempatan (*opportunity*) dengan fungsi $= F(a \times m \times o)$.

Penilaian kinerja terus menerus dilakukan oleh perusahaan dengan cara komunikasi antara pimpinan dengan karyawan, baik langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya penilaian kinerja, maka perusahaan akan mendapat manfaat berupa *performance improvement, compensation adjustment, placement decision, training and development needs, career planning and development, staffing process deficiencies, informational inaccuracies and job-design errors, equal employment opportunity, external challenges, and feedback* (Werther & Davis, 2006). Penilaian kinerja dimulai dari input, proses hingga output. Kriteria

penilaian kinerja dapat dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu kegunaan fungsional (*functional utility*), keabsahan (*validity*), empiris (*empirical base*), sensitivitas (*sensitivity*), pengembangan sistematis (*systematic development*), dan kelayakan hukum (*legal appropriateness*).

Pada penelitian ini, definisi kinerja yang digunakan adalah kemampuan organisasi mentransformasikan diri, menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Keats et al., 1998). Adapun dimensi untuk pengukuran variabel kinerja adalah kepuasan konsumen, peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan.

4. Kinerja Pemasaran (*Performa Medical Representative*)

Kinerja pemasaran merupakan aspek yang mengukur keberhasilan dari pemasaran yang ada. Kinerja pemasaran juga dikatakan sebagai kemampuan organisasi untuk mentransformasikan diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Keats et al., 1998). Kinerja pemasaran tidak dapat diukur dengan menggunakan satu aspek, namun menggunakan beberapa aspek yang multidimensional dan terkait satu sama lain.

Slater dan Narver (1995) menggambarkan hasil dari penerapan strategi perusahaan yang dapat menjadi alat ukur kinerja pemasaran, diantaranya berupa kepuasan konsumen, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, dan profitabilitas perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan ukuran sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli (Kotler, 2011). Sedangkan peningkatan penjualan dan profitabilitas *medical representative* adalah peningkatan penjualan yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari kepuasan

pelanggan dan nilai perusahaan bagi konsumen. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan teori *Servqual*. Model *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman (1988) terdiri dari 5 sub variabel yaitu:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Sedangkan menurut Ferdinand (2013), kinerja pemasaran dapat dilihat dari volume penjualan, jumlah pelanggan, dan tingkat pertumbuhan penjualan. Pengukuran yang dilakukan bersifat *activity-based measure* yang dapat menjelaskan aktivitas-aktivitas pemasaran yang menghasilkan kinerja-kinerja pemasaran misalnya lebih baik untuk menggunakan ukuran jumlah unit yang terjual atau dihasilkan dari pada hanya menggunakan nilai rupiah dari hasil penjualan. Ferdinand (2013) juga mengungkapkan bahwa dalam mencapai kinerja pemasaran yang baik, perusahaan harus menjalankan strategi pemasaran yang

strategis dan berdampak. Robbins & Judge (2010) menyatakan beberapa dimensi dalam evaluasi kinerja pemasar (salesman), diantaranya *outcomes* (hasil kerja), *behaviours* (perilaku), *competences* (kompetensi). Hasil kerja dapat dilihat dari hasil penjualan, jumlah pelanggan, dsb. Perilaku dapat dilihat dari kepatuhan pada prosedur, kesiediaan pengaturan waktu. Kompetensi dapat dilihat dari kerjasama dalam tim, orientasi pelayanan pelanggan, dan sebagainya.

Dalam mencapai kinerja pemasaran yang baik, dibutuhkan salesman yang baik. *Medical Representative* merupakan salesman di bidang pemasaran medis. Salesman sendiri merupakan *merchandise* yang berarti *something to be sold and service* (Sihite, 2006). Sihite (2006) mengungkapkan lebih lanjut bahwa tugas salesman meliputi:

- a. Melaksanakan kegiatan penjualan melalui telepon terhadap target konsumen (perusahaan-perusahaan perdagangan dan industri, kantor-kantor pemerintah, asosiasi perkumpulan keagamaan, olahraga, sosial, konsulat) secara sistematis, serta melengkapi laporan kegiatan untuk setiap hubungan yang dilakukan.
- b. Memelihara semua hasil analisis penjualan yang telah dibuat.
- c. Atas persetujuan pimpinan, dalam melaksanakan kerjasama dengan perwakilan perusahaan lain dalam memperoleh peluang usaha, melakukan penjualan bersama, mendiskusikan strategi dan sebagainya.
- d. Melakukan tindak lanjut pelayanan, untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
- e. Melakukan tindak lanjut setiap kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh peluang usaha pada saat mendatang.

- f. Menghubungi humas setiap saat dan memberikan bantuan apabila diperlukan, misalnya dalam memberikan hadiah-hadiah promosi kepada para pelanggan.
- g. Melaksanakan kegiatan pemasaran lainnya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh manajer penjualan.

Dengan demikian peran salesman dalam memasarkan suatu produk sangat penting. Dalam menjalankan perannya, *Medical Representative* yang juga salesman perlu memperhatikan aspek bauran pemasaran. Kotler dan Armstrong (2004) membagi bauran pemasaran yang meliputi 4P, yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Produk sebagai elemen yang akan diperjualbelikan sebaiknya dapat mengkomunikasikan dirinya sendiri dengan baik melalui komponen-komponen seperti nama merek, kemasan, desain kemasan, warna kemasan, ukuran, bentuk, merk dan berbagai aspek lainnya. Berbicara mengenai obat, produk obat yang baik harus melalui Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB), sehingga efektivitas dari obat tersebut jelas. Harga sebagai salah satu aspek yang penting merupakan imbal yang diberikan pembeli kepada penjual guna mendapatkan produk. Tempat sebagai saluran distribusi pembelian dan penjualan produk juga merupakan representasi dari penjual kepada pembeli. Promosi erat kaitannya dengan kemampuan *medical representative* yang didalamnya terdapat *relational capability* yang membangun *network capital* untuk mempersuasi pembeli agar melakukan transaksi pembelian produk.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4 Penelitian Jurnal Terdahulu

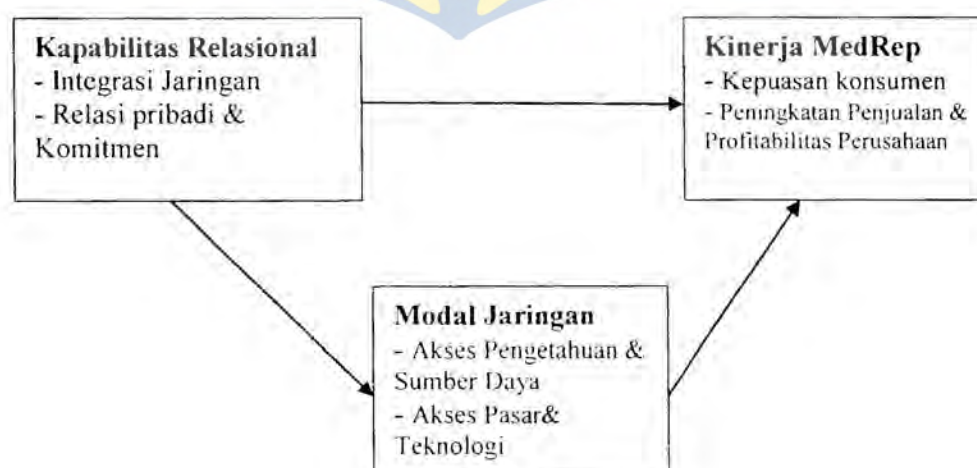
No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Temuan
1	Barry Wellman, Kenneth Frank (2000)	<i>Network Capital in a Multi-Level World: Getting Support from Personal Communities</i>	Modal jaringan merupakan konsep multi level yang secara natural berasal dari hubungan yang dimulai komunitas pribadi personel sendiri dan membentuk jaringan yang komprehensif menghubungkan dengan dunia yang lebih luas.
2	Keillors, et al (1999)	<i>Sales Force Performace Satisfaction and Aspects of Relational Selling: Implications for Sales Manager</i>	Penjualan memiliki pengaruh terhadap kepuasan sales dan pribadi sales, manajer sales sebaiknya memiliki hubungan relasional dengan sales sehingga dapat meningkatkan kinerja sales yang berdampak pada penjualan sales.
3	Huddle, Thomas S. (2008)	<i>Drug Reps And The Academic Medical Centre: A Case for Management Rather than Prohibition</i>	Adanya <i>Drug Reps</i> bukan merupakan suatu manajemen penyuaipan pada praktisi medis, melainkan sebagai partner yang tumbuh, bekerja bersama guna mengetahui produk medis tanpa adanya paksaan dalam pemilihan produk medis yang digunakan.
4	Oldani, Michael J. (2004)	<i>Thick Prescriptions: Toward an Interpretation of Pharmaceutical Sales Practices</i>	Dengan adanya sales farmasi, penyalur hubungan ekonomis tiga arah yang melibatkan perusahaan farmasi, praktisi medis, dan pasien. Hubungan tiga arah ini menyebabkan munculnya resep yang efektif bagi tiga arah pula, mulai dari perusahaan farmasi, praktisi medis, dan pasien.
5	Boorom, et al (1998)	<i>Relational Communication on Traits and Their Effect on</i>	Kemampuan komunikasi dan keterlibatan interaksi akan meningkatkan kemampuan beradaptasi, berpengaruh kepada penjual, dan secara tidak langsung kepada kinerja

No	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Temuan
		<i>Addoptiveness and Sales Performance</i>	penjualan yang dilakukannya.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, dimana penelitian ini menggabungkan konsep kapabilitas relasional, modal jaringan yang berpengaruh terhadap kinerja *medical representative*, dimana pada penelitian terdahulu belum ditemukan penelitian yang menggabungkan konsep kapabilitas relasional, modal jaringan dan kinerja *medical representative*. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *medical representative*, dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kapabilitas relasional dan modal jaringan sebagai variabel bebas, dan kinerja *medical representative* sebagai variabel terikat. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*.

C. Kerangka Berpikir

Dengan adanya kajian pustaka yang ditemukan, maka disusunlah kerangka berpikir penelitian ini seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Seperti telah diuraikan sebelumnya, modal membangun jaringan pemasaran sangat erat hubungannya dengan kemampuan untuk mengadakan relasi. Keduanya berbeda namun terkait satu sama lain. Modal jaringan berpengaruh terhadap kinerja tenaga pemasar, dalam hal ini adalah *medical representative*. Bila modal jaringan yang dibangun oleh *medical representative* baik, maka kinerja yang dihasilkan akan baik. Kapabilitas relasional berpengaruh langsung dan juga tidak langsung (melalui modal jaringan) terhadap kinerja *medical representative*. Bila kapabilitas relasional yang dimiliki oleh *medical representative* baik maka kinerja yang dihasilkan oleh *medical representative* tersebut juga akan baik. Oleh karena itu, guna menghasilkan kinerja yang baik, seorang *medical representative* harus memiliki kompetensi yang baik dalam bidang modal jaringan dan juga dalam kapabilitas relasional.

Dimensi yang dipilih dalam penelitian yang menyangkut kapabilitas relasional adalah integrasi jaringan, relasi pribadi dan komitmen. Sedangkan dimensi yang digunakan untuk pengukuran modal jaringan adalah akses pengetahuan dan sumber daya serta akses pasar dan teknologi yang dimiliki oleh *medical representative*. Akses pengetahuan dan sumber daya adalah kemampuan *medical representative* untuk mendapatkan dan memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya yang ada, sedangkan akses pasar dan teknologi berkaitan dengan kemampuan *medical representative* dalam menjangkau pasar dan menggunakan teknologi sebagai modal jaringan. Pada akhirnya, kinerja *medical representative* diukur dengan kepuasan konsumen, serta peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan.

D. Hipotesis

Dalam penelitian ini dikemukakan beberapa hipotesis:

- H1 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia.
- H2 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia
- H3 : Modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia
- H4 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, sec.

E. Definisi Operasional

Sarwono (2006) menyatakan bahwa definisi operasional penelitian memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan dalam pengukuran. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah modal jaringan dan kapabilitas relasional, sedangkan variabel dependennya adalah kinerja *medical representative*.

Tabel 2.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi
Kinerja <i>Medical</i>	Kemampuan organisasi mentransformasikan diri,

<i>Representative</i>	menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Keats et al, 2008).
Modal Jaringan	Modal yang dijadikan ukuran bagaimana orang berkolaborasi melalui jaringan untuk keuntungan pribadi, komunitas, dan masyarakat (Castells, 2008)
Kapabilitas Relasional	Kemampuan membangun relasi dan hubungan, berasal dari mekanisme pembelajaran yang dijalankan dalam rutinitas yang menjadi pembelajaran untuk membangun relasi (Zollo, 2007).

F. Deskripsi Perusahaan PT. Harsen Laboratories Indonesia

PT. Harsen Laboratories merupakan perusahaan farmasi yang telah berdiri sejak tahun 1971, berlokasi di Jakarta, dan didirikan oleh Haryoseno dan Runi Adiyanti. Berkutat di dunia obat-obatan dengan permintaan terbanyak pada pasar *dispensing*, PT. Harsen Laboratories saat ini merupakan salah satu produsen obat *dispensing* yang cukup besar di Indonesia. Salah satu produksi PT. Harsen Laboratories Indonesia yang banyak diproduksi adalah Depo Progestin, yang diproduksi atas kerjasama dengan BKKBN guna mensukseskan program KB. Selain memproduksi obat *dispensing*, PT. Harsen Laboratories Indonesia juga memproduksi obat *Over The Counter*, seperti misalnya obat batuk dengan merk dagang Decadryl, vitamin C dengan merk dagang Seter C, dan lain sebagainya.

Visi PT. Harsen Laboratories Indonesia adalah menjadi salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia yang memiliki daya saing yang tinggi di tingkat regional. Sedangkan misinya adalah produknya dengan mutu tinggi, secara aktif berpartisipasi dalam program pemerintah di sektor kesehatan terutama untuk keluarga berencana, bekerjasama dengan berbagai pihak dalam meningkatkan kemampuan penelitian dan pengembangan.

Dilihat dari ragam obat yang diproduksi, PT. Harsen Laboratories Indonesia telah memproduksi lebih dari 200 jenis obat-obatan. Obat-obatan yang diproduksi berkualitas tinggi dan sudah sesuai dengan CPOB yang ditetapkan oleh Indonesia. Obat-obatan yang diproduksi meliputi obat-obatan injeksi, *soft capsule*, kapsul, tablet, *film-coated* tablet, sirup, tetes telinga dan tetes mata. Klasifikasi jenis obat-obatan yang dipasarkan dibagi menjadi 3 jenis, yakni *Over The Counter*, *Prescription*, dan *Contraception*. Produk-produk PT. Harsen Laboratories yang tergolong obat-obatan Over The Counter seperti obat batuk Decadryl, multivitamin Seter C, dan lain sebagainya. Obat-obatan yang tergolong kontrasepsi meliputi Depo Progestin, Pilkab, dan lain sebagainya. Obat-obatan jenis Prescription yang dipasarkan dalam pasar dispensing maupun ethical, yang diproduksi oleh PT. Harsen Laboratories meliputi Dexamethasone, Zolcer, Versibet, dan lain sebagainya. Dengan adanya ragam produk yang cukup banyak, PT. Harsen Laboratories mampu masuk dan bertahan di pasar farmasi Indonesia dengan lebih mudah.

Medical Representative PT. Harsen Laboratories Indonesia bekerja di seluruh sektor obat yang ada, mulai dari obat bebas, obat bebas terbatas, maupun obat keras. *Medical Representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia mulai dibentuk sejak 2012, sehingga pengembangan ke depan senantiasa dilakukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif eksploratif dan verifikatif, yang bertujuan mencari informasi faktual yang detail mengenai gejala yang ada, mengidentifikasi masalah-masalah yang terjadi dan praktek-praktek yang sedang berlangsung, untuk membuat komparasi dan evaluasi.

Menurut Nazir (2005), metode deskriptif adalah suatu metode yang biasa digunakan dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat hubungan antarfenomena yang diselidiki.

B. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan fokus utama dalam suatu penelitian. Variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini didapatkan satu variabel terikat dan dua variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya, atau perubahan variabel terikat, atau disebut juga input, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi terkait

akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja *medical representative*, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah kapabilitas relasional dan modal jaringan. Operasionalisasi masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Subvariabel/ Dimensi	Indikator	Ukuran
Kinerja <i>Medical Representative</i> Kemampuan organisasi mentransformasikan diri, menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Keats et al. 2008). Kinerja dapat dilihat dari kepuasan konsumen dan peningkatan penjualan.	Kepuasan Konsumen Sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli (Kotler, 2011)	Kualitas pelayanan yang diberikan	Tingkat penampilan <i>medical representative</i>
			Tingkat kemampuan persuasi <i>medical representative</i>
			Tingkat keramah tamahan <i>medical representative</i>
			Tingkat <i>complain</i> yang diterima <i>medical representative</i>
			Tingkat kepedulian <i>medical representative</i>
		Nilai perusahaan	Tingkat kepercayaan terhadap perusahaan
			Tingkat loyalitas terhadap perusahaan
			Tingkat kepuasan terhadap produk perusahaan
	Peningkatan Penjualan & Profitabilitas Perusahaan Peningkatan penjualan yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan	Peningkatan Penjualan Produk	Volume penjualan produk per unit setiap bulan
			Tingkat kevariatifan produk yang dijual setiap bulan
		Tingkat pertumbuhan penjualan	Tingkat kenaikan volume penjualan produk per unit setiap bulan
			Tingkat keaktifan <i>medical representative</i> mengadakan acara promosi penjualan
			Tingkat kenaikan perluasan wilayah pemasaran

Variabel	Subvariabel/ Dimensi	Indikator	Ukuran
Kapabilitas Relasional Kemampuan membangun relasi dan hubungan yang berasal dari mekanisme pembelajaran yang dijalankan dalam rutinitas yang menjadi pembelajaran untuk membangun relasi (Zollo, 2012)	Integrasi Jaringan	Akses Telekomunikasi	Tingkat kemampuan medical representative menggunakan akses komunikasi mulai dari media sosial hingga internet
			Tingkat kemampuan medical representative menggunakan program computer pendukung pemasaran
	Relasi Pribadi dan Komitmen	Kepercayaan	Tingkat komitmen medical representative terhadap perusahaan
			Tingkat kompetisi medical representative
			Tingkat feedback medical representative
		Solidaritas	Tingkat kunjungan medical representative ke dokter tiap bulan
			Tingkat kunjungan medical representative ke rumah sakit tiap bulan
			Tingkat kemampuan medical representative mensupport dokter
			Tingkat kemampuan medical representative mensupport rumah sakit
Modal Jaringan Modal dijadikan ukuran bagaimana orang berkolaborasi melalui jaringan untuk keuntungan pribadi, komunitas, dan	Akses Pengetahuan & Sumber Daya Kemampuan untuk mendapatkan dan memanfaatkan	Kemampuan <i>medical representative</i> mengenal produk perusahaan	Tingkat kemampuan medical representative mengenal perusahaan
			Tingkat kemampuan medical representative mengenal produk obat
			Tingkat kemampuan medical

Variabel	Subvariabel/ Dimensi	Indikator	Ukuran
masyarakat (Castells, 2008).	pengetahuan dan sumberdaya.		representative mengenai perbandingan produk perusahaan dengan produk competitor
		Kemampuan <i>medical representative</i> memanfaatkan sumber daya	Tingkat keaktifan <i>medical representative</i> memperkenalkan perusahaan
			Tingkat keaktifan <i>medical representative</i> mengikuti lokakarya maupun seminar
	Akses Pasar dan Teknologi Kemampuan menjangkau pasar dan menggunakan teknologi sebagai modal jaringan	Kemampuan <i>medical representative</i> menjangkau pasar medis	Tingkat kemampuan <i>medical representative</i> dalam jaringan dokter
			Tingkat kemampuan <i>medical representative</i> dalam jaringan rumah sakit
		Kemampuan <i>medical representative</i> menggunakan teknologi sebagai perluasan jaringan	Tingkat kemampuan <i>medical representative</i> menggunakan akses internet sebagai media promosi
			Tingkat kemampuan <i>medical representative</i> menggunakan media sosial guna menambah jaringan

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan April dan Mei 2015. Lokasi penelitian adalah Kantor Cabang PT. Harsen Laboratories Indonesia di Jakarta, Surabaya, dan Semarang.

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia yang berjumlah 200 orang. Proses pengambilan sampel

dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Di seluruh Indonesia, terdapat 200 *medical representative* di bawah naungan cabang PT. Harsen Laboratories Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan pendekatan Yamane dengan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Nd^2)}$$

dengan keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

d = Presisi yang ditetapkan atau persentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (5%)

Sehingga dengan pendekatan Yamane didapatkan jumlah sampel sebesar 133 orang yang tersebar di 3 kota besar di Pulau Jawa, yakni Jakarta, Surabaya, dan Semarang. Dari Jakarta sebanyak 25 sampel, dari Surabaya sebanyak 45 sampel dan dari Semarang sebanyak 63 sampel.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu peneliti telah menuliskan alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Kuesioner dibuat menggunakan skala Likert mulai dari skala 1 sampai 5 dengan makna sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Sebelum kuesioner digunakan, terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mengukur validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut.

F. Prosedur Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian melalui sumber pertama atau tempat objek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data yang ditemukan tidak langsung dari sumbernya, melainkan melalui literature, kajian pustaka, artikel, jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian (Emzir, 2014). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan pada *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Subyek ditentukan menggunakan teknik *convenience sampling*. Obyek penelitian adalah modal jaringan dan kapabilitas relasional yang dimiliki *medical representative* PT. Harsen Laboratory Indonesia.

Kuesioner ini diberikan kepada *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Daftar pertanyaan dalam kuesioner berhubungan dengan modal jaringan dan kapabilitas relasional yang dimiliki oleh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

G. Metode Analisis Data

Analisis data dimulai dengan melakukan uji validitas dan reabilitas kuesioner. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keahlian suatu alat ukur. Kuesioner dapat dikatakan valid bila setiap butir

pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Riduwan, 2004). Sedangkan reliabilitas menurut Riduwan (2004) adalah ukuran yang menunjukkan jawaban seseorang terhadap pertanyaan akan konsisten dan sama dari waktu ke waktu. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner diolah dengan menggunakan *path analysis* dengan bantuan program SPSS. Retherford (2013) menyatakan bahwa *path analysis* (analisis jalur) adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung baik secara langsung maupun tidak langsung. Kusnendi (2008) lebih lanjut menyatakan bahwa karakteristik *path analysis* (analisis jalur) adalah metode analisis data multivariat dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat. *Path analysis* juga memberikan manfaat berupa penjelasan fenomena yang dipelajari, prediksi nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas (bersifat kualitatif), faktor determinan dimana diketahui variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, pengujian model baik konsep yang sudah ada maupun pengembangan konsep baru.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kantor Cabang PT. Harsen Laboratories Indonesia di tiga kota, yakni Jakarta, Surabaya, dan Semarang. Pembagian jumlah kuesioner yang dibagikan kepada *medical representative* di tiga kota tertera pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Pembagian Area Kuesioner

Lokasi Penyebaran Kuesioner	Jumlah	Tingkat Pengembalian
Surabaya	45 kuesioner	100%
Semarang	63 kuesioner	100%
Jakarta	25 kuesioner	100%

Pembagian kuesioner dilakukan di kantor cabang pada saat laporan acara *Medical Representative* setiap minggunya.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 133 orang. Pemaparan berikut akan menjelaskan karakteristik responden dalam empat aspek, yakni jenis kelamin, usia, regional wilayah, dan lama bekerja.

Berikut tabel karakteristik responden dalam penelitian ini.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jml	%	Karakteristik	Kategori	Jml	%
Jenis Kelamin	- Perempuan	36	27	Usia	- < 30 tahun	65	49
	- Laki-laki	97	73		- 31 – 40 tahun	40	30
					- 41 – 50 tahun	28	21
	Total	133	100		Total	133	100
Regional Wilayah	Surabaya	45	34	Lama bekerja	< 2 tahun	89	67
	Semarang	63	47		> 2 tahun	44	33
	Jakarta	25	19				
	Total	133	100		Total	133	100

Data dalam tabel di atas, menunjukkan bahwa *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia mayoritas berjenis kelamin laki-laki, yakni sebesar 73%. Hal ini disebabkan tugas *medical representative* seringkali merupakan tugas lapangan yang menuntut ketahanan fisik lebih. Dari responden penelitian, sebanyak 49% *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia berusia di bawah 30 tahun. Selanjutnya diikuti dengan usia 31-40 tahun. Hal ini dikarenakan usia kerja produktif *medical representative* berada pada rentang 20-40 tahun. Data responden penelitian terbanyak diambil dari Semarang. Hal ini berbanding lurus dengan jumlah *medical representative* yang ada di Semarang yaitu terbanyak dibandingkan dengan Surabaya dan Jakarta. Hal ini disebabkan karena pembentukan *medical representative* dimulai dari Semarang, dilanjutkan Surabaya, kemudian Jakarta. Dilihat dari rentang waktu lama berkerja, sebanyak 67% dari *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia bekerja kurang dari 2 tahun di PT. Harsen Laboratories Indonesia. Hal ini disebabkan karena *medical representative* PT. Harsen Laboratories mulai dipekerjakan di

kantor-kantor cabang PT. Harsen Laboratories Indonesia pada tahun 2011. Dengan adanya karakteristik responden yang merupakan *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, dapat diketahui bahwa mayoritas *medical representative* berjenis kelamin laki-laki dengan umur produktif dan tergolong pegawai baru. Dengan diketahuinya karakteristik *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, maka pelatihan dan pengembangan yang memberikan pengetahuan serta kemampuan bagi *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia sangat diperlukan guna mengembangkan kapabilitas relasional dan memperluas modal jaringan yang dimiliki. Umur yang produktif serta mayoritas berjenis kelamin laki-laki memudahkan *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia untuk memasarkan di segala medan pasar. Budaya organisasi PT. Harsen Laboratories Indonesia juga dapat dipupuk mengingat lama bekerja yang masih di bawah dua tahun. Dengan adanya jumlah *medical representative* di Semarang yang cukup dominan, menandakan adanya pertumbuhan dari pemasaran yang dilakukan dikarenakan tempat uji coba pemasaran pertama kali dilakukan di kota Semarang.

C. Deskripsi Variabel

Analisa secara deskriptif dilakukan kepada ketiga variabel dalam penelitian ini, yakni 1 variabel terikat dan 2 variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, sedangkan variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini adalah kapabilitas relasional dan modal jaringan. Kecenderungan dan variasi dari variabel-variabel dapat dilihat berdasarkan distribusi frekuensinya. Penentuan

distribusi frekuensi dilakukan dengan menentukan nilai interval terlebih dahulu.

Penghitungan nilai interval dilakukan dengan cara:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Kuesioner yang dibagikan diisi dengan menggunakan skala likert yang bernilai 1 hingga 5, maka dapat dihitung interval dengan cara:

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Dengan interval sebesar 0.8 maka dapat ditentukan kondisi variabel penelitian secara menyeluruh dengan kriteria hasil rata-rata kondisi setiap variabel sebagai berikut:

Skor 1.00 – 1.80 = sangat rendah

Skor 1.81 – 2.60 = rendah

Skor 2.61 – 3.40 = sedang

Skor 3.41 – 4.20 = tinggi

Skor 4.21 – 5.00 = sangat tinggi

1. Kapabilitas Relasional

Dalam penelitian ini kapabilitas relasional didefinisikan sebagai kemampuan membangun relasi dan hubungan yang berasal dari mekanisme pembelajaran yang dijalankan dalam rutinitas yang menjadi pembelajaran untuk membangun relasi (Zollo, 2012). Indikator dalam penelitian ini terkait kapabilitas relasional adalah akses telekomunikasi yang merupakan bagian dari integrasi jaringan, kepercayaan dan aksi yang merupakan bagian dari relasi pribadi dan komitmen. Setiap butir pernyataan mengenai kapabilitas relasional diukur mulai

skala 1 hingga skala 5, dimana skala 1 menyatakan sangat tidak setuju, skala 2 menyatakan tidak setuju, skala 3 menyatakan kurang setuju, skala 4 menyatakan setuju, dan skala 5 menyatakan sangat setuju. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui jawaban responden atas pernyataan-pernyataan terkait. Berikut tabel yang menyatakan jawaban pernyataan terkait kapabilitas relasional.

Tabel 4.3 Data Variabel Kapabilitas Relasional

No	Pernyataan	Skala Likert					Jumlah responden	Jumlah skor	Rata-rata skor
		1	2	3	4	5			
1	Mampu berkomunikasi tatap muka dengan baik	0	6	30	46	51	133	541	4.1
2	Mampu berkomunikasi menggunakan telepon dan media sosial dengan baik	1	10	40	63	19	133	488	3.7
3	Berkomitmen terhadap perusahaan	0	4	41	58	30	133	513	3.9
4	Mampu berkompetisi dengan baik	0	14	35	58	26	133	495	3.7
5	Memberikan <i>feedback</i> (umpan balik) terhadap perusahaan	0	11	40	62	20	133	490	3.7
6	Aktif rutin berkunjung ke pelanggan dokter setiap bulan	0	6	41	52	34	133	513	3.9
7	Aktif rutin berkunjung ke pelanggan rumah sakit setiap bulan	0	12	38	53	30	133	500	3.8
8	Mensupport pelanggan dokter dengan baik	1	8	40	55	29	133	502	3.8
9	Mensupport pelanggan rumah sakit dengan baik	0	7	34	65	27	133	511	3.8

Tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata skor termasuk dalam interval tinggi, yakni mulai 3,41-4,20; yang menunjukkan bahwa kapabilitas relasional

yang dimiliki oleh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia baik. Hal ini akan mendukung langkah ke depan dari pemasaran PT. Harsen Laboratories Indonesia. Ukuran yang paling signifikan dari variabel kapabilitas relasional adalah kemampuan bertatap muka dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dari aktivitas yang dilaksanakan *medical representative* setiap harinya adalah persuasi dengan tatap muka. Peranan kemampuan bertatap muka dengan baik menjadi salah satu pondasi yang dapat ditingkatkan oleh PT. Harsen Laboratories Indonesia, mulai dari syarat penerimaan *medical representative*, pelatihan yang diberikan, hingga promosi jabatan. Ukuran yang juga berpengaruh penting adalah komitmen terhadap perusahaan. Dengan adanya komitmen yang tinggi, dapat dilihat bahwa kapabilitas relasional yang dimiliki juga sebanding, hal ini merupakan salah satu bentuk loyalitas kepada perusahaan. Oleh karena itu *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia yang berkomitmen tinggi perlu diapresiasi dengan baik oleh perusahaan.

2. Modal Jaringan

Dalam penelitian ini modal jaringan didefinisikan sebagai modal/ jaringan dijadikan ukuran bagaimana orang berkolaborasi melalui jaringan untuk keuntungan pribadi, komunitas, dan masyarakat (Castells, 2008). Indikator dalam penelitian ini terkait modal jaringan adalah kemampuan *medical representative* mengenal produk perusahaan, kemampuan *medical representative* yang merupakan bagian dari akses pengetahuan dan sumber daya, kemampuan *medical representative* menjangkau pasar medis, kemampuan *medical representative* menggunakan teknologi sebagai perluasan jaringan yang merupakan bagian dari akses pasar dan teknologi. Setiap butir pernyataan mengenai modal jaringan

diukur mulai skala 1 hingga skala 5, dimana skala 1 menyatakan sangat tidak setuju, skala 2 menyatakan tidak setuju, skala 3 menyatakan kurang setuju, skala 4 menyatakan setuju, dan skala 5 menyatakan sangat setuju. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui jawaban responden atas pernyataan-pernyataan terkait. Berikut tabel yang menyatakan jawaban pernyataan terkait modal jaringan.

Tabel 4.4 Data Variabel Modal Jaringan

No	Pernyataan	Skala Likert					Jumlah responden	Jumlah skor	Rata-rata skor
		1	2	3	4	5			
10	Mengetahui perusahaan dengan baik	1	6	44	57	25	133	498	3.7
11	Mengetahui produk perusahaan dengan baik	1	8	48	47	29	133	494	3.7
12	Mengetahui perbandingan produk perusahaan dengan produk kompetitor	0	12	39	59	23	133	492	3.7
13	Aktif memperkenalkan perusahaan	1	8	45	52	27	133	495	3.7
14	Aktif mengikuti lokakarya maupun seminar	0	4	40	61	28	133	512	3.8
15	Memiliki jaringan dokter yang luas	0	10	37	66	20	133	495	3.7
16	Memiliki jaringan rumah sakit yang luas	1	7	45	54	26	133	496	3.7
17	Mampu menggunakan akses internet sebagai media promosi	3	9	44	56	21	133	482	3.6
18	Mampu menggunakan media sosial untuk menambah jaringan	3	13	42	55	20	133	475	3.6

Dari tabel di atas, ditunjukkan bahwa rata-rata skor termasuk dalam interval tinggi, yakni mulai 3,41-4,20; yang menunjukkan bahwa modal jaringan yang dimiliki oleh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia baik. Hal ini akan mendukung jaringan pemasaran yang diciptakan lebih besar lagi. Keaktifan dalam mengikuti lokakarya dan seminar dinilai merupakan ukuran yang mendapatkan nilai tertinggi dalam variabel modal jaringan. Dengan aktif dalam mengikuti seminar dan lokakarya, modal jaringan yang dimiliki *medical representative* akan semakin luas. Selain keaktifan mengikuti lokakarya dan seminar, pengetahuan akan perusahaan, produk perusahaan, perbandingan dengan produk lain, aktif memperkenalkan perusahaan, serta memiliki jaringan dokter dan rumah sakit yang luas memiliki peranan yang juga penting, sehingga menghasilkan rata-rata skor yang sama, yang menandakan pengetahuan yang dimiliki oleh *medical representative* akan menentukan bagaimana modal jaringan yang dimiliki oleh *medical representative* tersebut. Dengan adanya informasi yang didapatkan, PT. Harsen Laboratories Indonesia dapat meningkatkan pengetahuan yang dimiliki oleh para *medical representative* mulai dari saat masa percobaan hingga saat pertemuan mingguan *medical representative*. Jadwal kegiatan yang memberikan edukasi kepada *medical representative* dapat dilibatkan secara kontinu guna meningkatkan modal jaringan.

3. Kinerja *Medical Representative*

Dalam penelitian ini kinerja *medical representative* dapat dilihat dari kepuasan konsumen dan peningkatan penjualan. Indikator dalam penelitian ini terkait kinerja *medical representative* adalah kualitas pelayanan yang diberikan, nilai perusahaan yang merupakan bagian dari kepuasan konsumen, peningkatan

penjualan produk, tingkat pertumbuhan penjualan yang merupakan bagian dari peningkatan penjualan & profitabilitas perusahaan. Setiap butir pernyataan mengenai kinerja *medical representative* diukur mulai skala 1 hingga skala 5, dimana skala 1 menyatakan sangat tidak setuju, skala 2 menyatakan tidak setuju, skala 3 menyatakan kurang setuju, skala 4 menyatakan setuju, dan skala 5 menyatakan sangat setuju. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui jawaban responden atas pernyataan-pernyataan terkait. Berikut tabel yang menyatakan jawaban pernyataan terkait kinerja *medical representative*.

Tabel 4.5 Data Variabel Kinerja *Medical Representative*

No	Pernyataan	Skala Likert					Jumlah responden	Jumlah skor	Rata-rata skor
		1	2	3	4	5			
19	Berpenampilan baik	0	10	46	51	26	133	492	3.7
20	Mempunyai kemampuan mempengaruhi	0	8	39	60	26	133	503	3.8
21	Merupakan orang yang ramah	1	11	38	62	21	133	490	3.7
22	Jarang menerima complain	0	8	46	55	24	133	494	3.7
23	Peduli dengan pelanggan	0	7	38	61	27	133	507	3.8
24	Percaya bahwa perusahaan tempat Bapak/Ibu bekerja merupakan perusahaan baik dan maju	0	14	40	51	28	133	492	3.7
25	Setia pada perusahaan di segala situasi	0	6	46	55	26	133	500	3.8
26	Puas dengan produk perusahaan	1	10	52	47	23	133	480	3.6
27	Memenuhi target volume penjualan setiap bulannya.	0	13	38	65	17	133	485	3.6
28	Menjual produk yang variatif setiap bulannya.	0	9	43	56	25	133	496	3.7
29	Mengalami kenaikan volume penjualan setiap	0	11	45	57	20	133	485	3.6

No	Pernyataan	Skala Likert					Jumlah responden	Jumlah skor	Rata-rata skor
		1	2	3	4	5			
	bulannya.								
30	Mengalami perluasan daerah pemasaran.	0	6	40	56	31	133	511	3.8

Dari tabel di atas, ditunjukkan bahwa rata-rata skor termasuk dalam interval tinggi, yakni mulai 3,41-4,20; yang menunjukkan bahwa kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia baik. Hal ini merupakan aset tersendiri bagi PT. Harsen Laboratories Indonesia untuk mengembangkan pasar lebih luas. Dilihat lebih mendalam terhadap setiap pernyataan mengenai kinerja *medical representative*, terdapat beberapa pernyataan yang mendapatkan nilai skor rata-rata yang tinggi, yakni kemampuan mempengaruhi, peduli pada pelanggan, setia pada perusahaan, perluasan daerah. Faktor-faktor ini yang dapat secara tidak langsung menggambarkan kinerja *medical representative* yang baik. Kinerja *medical representative* yang baik tidak berarti mengalami peningkatan dalam waktu yang singkat namun tidak berkembang, melainkan mengalami peningkatan terus menerus dalam waktu yang lama dengan perkembangan yang terus menerus ditingkatkan. Hal ini yang menyebabkan pernyataan kemampuan persuasif didukung dengan kesetiaan pada perusahaan, ditunjukkan dengan sikap peduli pada pelanggan yang juga berdampak pada perluasan wilayah para *medical representative*. Dengan adanya beberapa pernyataan yang cukup dominan dalam menggambarkan kinerja *medical representative* juga mencerminkan bahwa kinerja *medical representative* tidak dapat diukur dari satu aspek saja melainkan dari seluruh aspek yang ada.

D. Temuan Hasil Uji Statistik

1. Uji Validitas

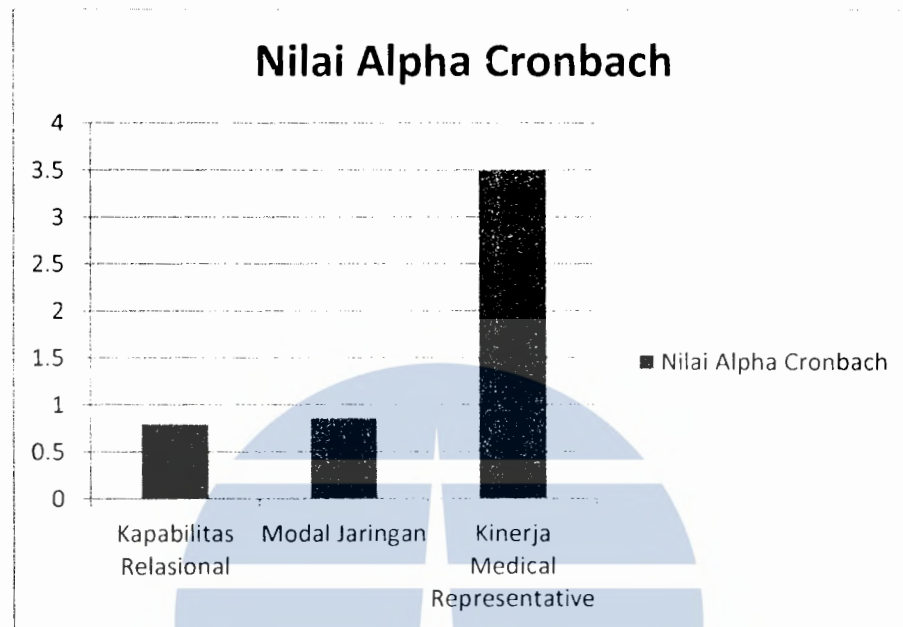
Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur dan mengungkapkan variabel yang diteliti secara tepat. Nilai tinggi rendahnya validitas menunjukkan seberapa jauh variabel menyimpang dari yang diteliti. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dari Pearson. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *Pearson correlation* lebih besar dibanding nilai R tabel. Untuk jumlah sampel sebesar 133 sampel, maka nilai R tabel sebesar dengan tingkat kepercayaan 0.05 adalah 0.170. Semua pernyataan mengenai variabel kapabilitas relasional, modal jaringan, dan kinerja *medical representative* valid karena nilainya melebihi nilai R tabel dengan tingkat kepercayaan 0.05, yakni 0.170.

Pengujian uji validitas terhadap pernyataan-pernyataan mengenai ketiga variabel dilakukan satu kali dan tidak ada variabel yang dikeluarkan dari model. Dengan adanya hasil uji validitas ketiga variabel yang dinyatakan valid, maka tiga puluh pernyataan mengenai ketiga variabel dapat melalui tahapan analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tersebut menghasilkan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran berulang-ulang. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan pengukuran terhadap nilai *alpha cronbrach*. Bila nilai yang dihasilkan melebihi angka 0.5, maka dapat dikatakan reliabel. Sebaliknya, bila nilai yang dihasilkan

dibawah 0.5, maka data tidak dapat dikatakan reliabel. Berikut diagram yang menyatakan nilai *alpha cronbach* setiap variabel.



Gambar 4.1 Nilai Reliabilitas

Dengan adanya nilai *alpha cronbrach* sebesar 0.798 yang melebihi 0.5, maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan mengenai kapabilitas relasional reliabel. Nilai *alpha cronbrach* sebesar 0.862 dihasilkan oleh pernyataan mengenai modal jaringan, nilainya melebihi 0.5 yang menyatakan bahwa variabel modal jaringan juga reliabel. Dengan adanya nilai *alpha cronbrach* sebesar 0.916 yang melebihi 0.5, maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan mengenai kinerja *medical representative* reliabel.

3. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini juga dilakukan uji normalitas yang digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian yang didapat mengikuti kaidah teori

distribusi normal. Dengan adanya distribusi yang normal, maka dapat dikatakan bahwa sampel yang diambil dalam penelitian dapat mewakili populasi secara tepat. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov digunakan karena pemakaiannya yang umum dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara pengamat yang satu dengan pengamat yang lain.

Suatu sebaran data dikatakan normal bila hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka di atas 0.05. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov dikatakan bahwa sebaran data untuk variabel kapabilitas relasional, modal jaringan, dan kinerja *medical representative* merupakan sebaran data variabel normal, karena nilai *p* dari ketiganya menunjukkan angka di atas 0.05. Dalam lampiran hasil statistik uji normalitas, dapat dilihat bahwa nilai *p* dari ketiga variabel berada di atas angka 0.05.

4. Path Analysis

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (Sugiyono, 2009). Riduan dan Engkos (2007) lebih lanjut menyatakan bahwa model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Di dalam penelitian ini ada dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang akan diukur. Variabel bebas yang diukur adalah kapabilitas relasional dan modal jaringan, sedangkan variabel terikat yang diukur adalah kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Menurut Riduan dan Engkos

(2007) terdapat beberapa asumsi yang mendasari analisis jalur, yakni (Riduwan dan Engkos, 2007):

- Pada model *path analysis*, hubungan antar variabel adalah linier, adaptif, dan bersifat normal.
- Hanya sistem aliran kausal ke satu arah, tidak ada arah kausalitas yang terbalik.
- Variabel terikat minimal dalam skala interval dan ratio.
- Menggunakan sampel jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel.
- *Observed* variabel diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan reliabel) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
- Model yang dianalisis diidentifikasi dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan artinya model teori yang dikaji atau diuji dibangun berdasarkan kerangka teoritis tertentu yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

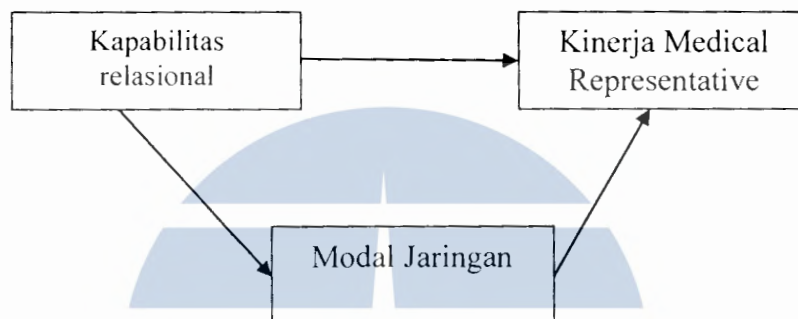
Dalam *path analysis* ini terlebih dahulu ditentukan hipotesis, dilanjutkan dengan menggambar diagram jalur lengkap dan menentukan strukturnya, dan dilakukan pengujian. Hipotesis yang ditetapkan untuk menggambarkan hubungan antara kapabilitas relasional dan modal jaringan ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia.
- H2 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia

H3 : Modal jaringan berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia

H4 : Kapabilitas relasional berpengaruh terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, secara tidak langsung melalui modal jaringan.

Model analisis jalur yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.:



Gambar 4.2 Model Analisis Jalur Penelitian

Pengujian dilakukan satu persatu terhadap setiap jalur yang ada dalam penelitian.

a. Hasil uji jalur kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative*.



Gambar 4.3 Model Kapabilitas Relasional terhadap Kinerja MedRep

Pengujian jalur dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova), uji T dan Koefisien Determinasi (R^2). Pengujian menggunakan uji tersebut dikarenakan ada satu variabel bebas (x) yang berpengaruh terhadap satu variabel terikat (y). Hubungan antara kapabilitas relasional dan kinerja *medical representative* dapat dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Kapabilitas relasional tidak berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Ha : Kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (0.05) dengan nilai probabilitas signifikansi tiap hasil uji. Tabel hasil uji F (Anova) tertera pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji F Kapabilitas Relasional terhadap Kinerja MedRep

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5205.582	1	5205.582	355.613	.000 ^a
Residual	1917.621	131	14.638		
Total	7123.2031	132			

a. Predictors: (Constant), RC

b. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji F (Anova) di atas didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0.000, di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima, yakni kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Tabel 4.7 Hasil Uji T Kapabilitas Relasional terhadap Kinerja MedRep

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.472	2.414		-.195	.845
RC	1.317	.070	.855	18.858	.000

a. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji T seperti tertera pada Tabel 4.7 didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0.000, di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, yakni kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

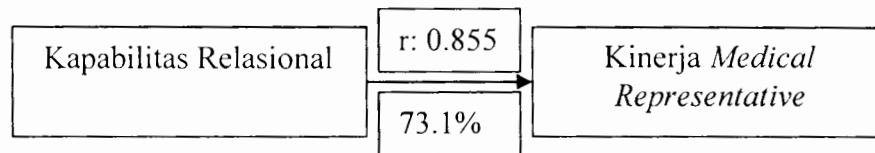
Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi Kapabilitas Relasional terhadap Kinerja MedRep

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.731	.729	3.82601

a. Predictors: (Constant), RC

b. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji koefisien determinasi seperti tertera pada Tabel 4.8 didapatkan nilai R sebesar 0.855 dan R square sebesar 73.1% yang berarti kapabilitas relasional memiliki pengaruh kontribusi sebesar 73.1% terhadap kinerja *medical representative*, sedangkan 26.9% lainnya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.



Gambar 4.4 Hasil Model Kapabilitas Relasional terhadap Kinerja MedRep

Lebih lanjut mengenai pengaruh kapabilitas relasional terhadap kinerja *medical representative* dari pernyataan-pernyataan yang diberikan, dapat ditarik beberapa hubungan yakni kemampuan bertatap muka dengan baik berpengaruh terhadap kemampuan persuasif yang dimiliki oleh *medical representative*, kemampuan bertatap muka yang baik berpengaruh terhadap kepedulian terhadap pelanggan maupun kesetiaan terhadap perusahaan, dan pada akhirnya kemampuan bertatap muka yang baik berpengaruh terhadap perluasan wilayah yang dimiliki oleh *medical representative*. Dengan adanya pernyataan-pernyataan dari setiap variabel yang terkait, akan memudahkan para *medical representative* untuk meningkatkan potensi guna mencapai kinerja yang lebih baik lagi.

b. Hasil uji jalur modal jaringan terhadap kinerja *medical representative*



Gambar 4.5 Model Modal Jaringan terhadap Kinerja MedRep

Hipotesis hubungan antara modal jaringan dan kinerja *medical representative* dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho : Modal jaringan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Ha : Modal jaringan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Pengujian dilakukan dengan uji F (Anova) yaitu membandingkan nilai probabilitas (0.05) dengan nilai probabilitas signifikansi tiap hasil uji seperti tertera pada tabel berikut.

Tabel 4.9 Hasil Uji F Modal Jaringan terhadap Kinerja MedRep

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5302.095	1	5302.095	381.402	.000 ^a
Residual	1821.108	131	13.902		
Total	7123.203	132			

a. Predictors: (Constant), NC

b. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji F (Anova) di atas didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0.000 ,yang berada di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Modal jaringan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Berikut tabel hasil uji T.

Tabel 4.10 Hasil Uji T Modal Jaringan terhadap Kinerja MedRep

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.289	2.040		2.593	.011
NC	1.179	.060	.863	19.530	.000

a. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji T seperti tertera pada Tabel 4.10 di atas didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0.000 yang masih di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Modal jaringan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Berikut tabel hasil koefisien determinasi.

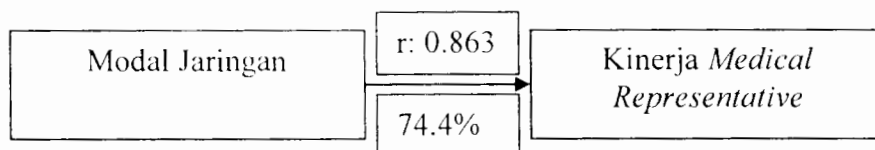
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Modal Jaringan Terhadap Kinerja MedRep

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.742	3.72848

a. Predictors: (Constant), NC

b. Dependent Variable: KMR

Dari hasil uji koefisien determinasi modal jaringan terhadap kinerja *medical representative*, seperti tertera pada Tabel 4.11 di atas didapatkan nilai R sebesar 0.863 dan R square sebesar 74.4% yang berarti modal jaringan memiliki pengaruh kontribusi sebesar 74.4% terhadap kinerja *medical representative*, sedangkan 25.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.



Gambar 4.6 Hasil Model Modal Jaringan terhadap Kinerja MedRep

Hasil dari analisis modal jaringan yang memiliki pengaruh kontribusi terhadap kinerja *medical representative* dapat dipertegas dengan pernyataan-pernyataan yang merupakan cerminan dari indikator setiap variabel. Dari pernyataan-pernyataan variabel terkait, dapat ditarik pernyataan bahwa keaktifan mengikuti lokakarya dan seminar berpengaruh terhadap kemampuan persuasif *medical representative*, kepedulian terhadap pelanggan, kesetiaan terhadap perusahaan dan juga perluasan wilayah yang dimiliki oleh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Dengan mengikuti lokakarya dan seminar yang mengasah kemampuan *medical representative*, perilaku dan hasil yang didapatkan juga akan berdampak pada bagaimana kinerja *medical representative* dapat ditingkatkan.

c. Hasil Uji Jalur Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan



Gambar 4.7 Model Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan

Hipotesis **hubungan** antara kapabilitas relasional dan modal jaringan dapat dirumuskan sebagai berikut.

- Ho : Kapabilitas relasional tidak berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap modal jaringan.
- Ha : Kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap modal jaringan.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova) yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas (0.05) dengan nilai probabilitas signifikansi tiap hasil uji.

Berikut tabel hasil uji F (Anova).

Tabel 4.12 Hasil Uji F Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2617.911	1	2617.911	285.957	.000 ^a
Residual	1199.292	131	9.155		
Total	3817.203	132			

a. Predictors: (Constant), RC

b. Dependent Variable: NC

Dari hasil uji F (Anova) seperti tertera pada Tabel 4.12 di atas didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0.000 yang masih berada di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap modal jaringan.

Untuk melihat hubungan antara kapabilitas relasional dan modal jaringan maka dilakukan uji T seperti tertera pada Tabel 4.13. Hasil uji T menunjukkan:

Tabel 4.13 Hasil Uji T Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.396	1.909		.731	.466
RC	.934	.055	.828	16.910	.000

a. Dependent Variable: NC

nilai signifikansi sebesar 0.000, di bawah nilai probabilitas ($p < 0.05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Kapabilitas relasional berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap modal jaringan.

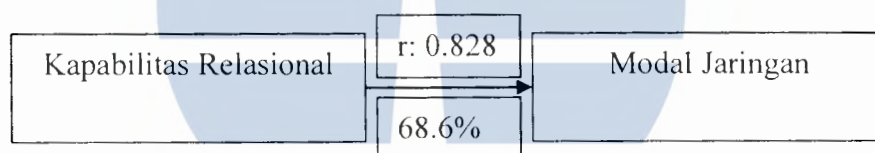
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.683	3.02571

a. Predictors: (Constant), RC

b. Dependent Variable: NC

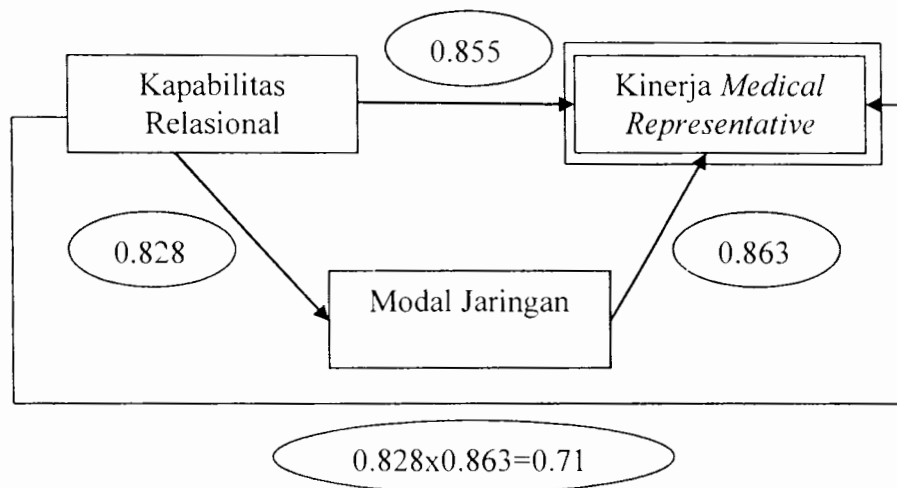
Hasil uji koefisien determinasi kapabilitas relasional terhadap modal jaringan, seperti tertera pada Tabel 4.14, didapatkan nilai R sebesar 0.828 dan R square sebesar 68.6% yang berarti kapabilitas relasional memiliki pengaruh kontribusi sebesar 68.6% terhadap modal jaringan, sedangkan 31.4% lainnya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.



Gambar 4.8 Hasil Model Kapabilitas Relasional terhadap Modal Jaringan

Pengaruh kapabilitas relasional terhadap modal jaringan dapat dinyatakan pula dalam pernyataan-pernyataan variabel, yakni kemampuan bertatap muka yang baik akan berpengaruh terhadap keaktifan mengikuti lokakarya dan seminar. Dengan adanya kemampuan bertatap muka yang baik, para *medical representative* cakap tampil di depan umum, sehingga aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang bersifat publik.

Dari ketiga hasil uji tiga hubungan, maka dapat disederhanakan seperti gambar di bawah.



Gambar 4.9 Hasil Model Analisa Jalur

Kapabilitas relasional mempunyai pengaruh 0.855 terhadap kinerja *medical representative*, modal jaringan mempunyai pengaruh 0.863 terhadap kinerja *medical representative*, dan kapabilitas relasional mempunyai pengaruh 0.828 terhadap modal jaringan, sehingga kapabilitas relasional melalui modal jaringan berpengaruh 0.715 terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

Dalam *path analysis* terdapat beberapa rentang angka yang menunjukkan bagaimana pengaruh variabel yang satu terhadap variabel yang lain. Riduwan (2014) menyatakan angka koefisien path sebesar 0.05 hingga 0.09 menyatakan pengaruh yang lemah, angka koefisien path sebesar 0.10 hingga 0.29 menyatakan pengaruh yang sedang, dan angka koefisien path sebesar 0.30 ke atas menyatakan pengaruh yang kuat. Dari hasil analisa data dalam penelitian ini, didapatkan angka koefisien dari ketiga analisis lebih besar dari 0.30, sehingga pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian ini merupakan pengaruh yang kuat. Dari ketiga angka koefisien path yang didapat, angka koefisien path yang paling tinggi yakni 0.863 merupakan angka koefisien path yang menunjukkan pengaruh modal

jaringan terhadap kinerja *medical representative*. Hal ini dapat menyatakan bahwa modal jaringan yang dimiliki oleh *medical representative* yang dapat dinyatakan dalam keaktifan mengikuti lokakarya dan seminar akan berdampak pada kinerja *medical representative* yang terbukti dari perluasan wilayah, kepedulian terhadap pelanggan, maupun kesetiaan pada perusahaan. Apabila perusahaan ingin meningkatkan kinerja *medical representative*, seminar dan lokakarya ditingkatkan untuk membangun modal jaringan yang lebih. Bila modal jaringan tidak dikembangkan, maka kinerja *medical representative* tidak berkembang. Diantara ketiga nilai angka koefisien path tersebut, nilai angka koefisien path yang paling rendah adalah pengaruh kapabilitas relasional secara tidak langsung terhadap modal jaringan yang berdampak pada kinerja *medical representative*. Hal ini dikarenakan kapabilitas relasional memiliki pengaruh terhadap modal jaringan, namun diperlukan waktu yang cukup lama dalam proses membentuk jaringan tersebut. Oleh karena itu dampak yang diharapkan, yakni kinerja *medical representative* yang baik juga didapatkan dalam proses yang lebih lama dibandingkan dengan *medical representative* yang sudah memiliki modal jaringan yang kuat yang dapat mencapai kinerja yang lebih baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, maka simpulan dalam penelitian ini meliputi: kapabilitas relasional berpengaruh positif terhadap modal jaringan PT. Harsen Laboratories Indonesia, berarti dengan meningkatkan kapabilitas relasional yang dimiliki akan mendukung modal jaringan terbentuk lebih luas. Kapabilitas relasional berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, berarti dengan meningkatkan kapabilitas relasional akan meningkatkan pula kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Modal jaringan berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia, berarti dengan meningkatkan modal jaringan akan meningkatkan pula kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Kapabilitas relasional berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia melalui modal jaringan, berarti dengan meningkatkan kapabilitas relasional akan meningkatkan kinerja *medical representative* melalui peningkatan modal jaringan yang dibentuk.

B. Saran

1. Saran akademik

Dari hasil temuan penelitian dapat dikemukakan bahwa pengukuran kinerja *medical representative* dapat diukur dari beberapa faktor yang dominan.

mulai dari kemampuan persuasif, kepedulian terhadap pelanggan, kesetiaan pada perusahaan, dan perluasan wilayah yang dicakup oleh *medical representative*. Dalam mengembangkan dan mengoptimalkan kinerja *medical representative*, kapabilitas relasional dan modal jaringan dapat ditingkatkan karena pengaruh yang positif terhadap kinerja *medical representative*.

2. Saran praktis

Dari hasil temuan penelitian, dapat dikemukakan beberapa saran, diantaranya:

- a. Kapabilitas relasional berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Hal ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kemampuan komunikasi tatap muka yang dimiliki oleh *medical representative*. Strategi pemasaran tatap muka dapat dikembangkan PT. Harsen Laboratories Indonesia lebih intens.
- b. Modal jaringan berpengaruh positif terhadap kinerja *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia. Hal ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan lokakarya dan seminar yang juga dapat diikuti oleh *medical representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Acevedo, M. (2007). *'Network Capital: An Expression of Social Capital in the Network Society.'* The Journal of Community Informatics 3 (2). <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/267/317>
- Astuti, S. W. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Augier M., Teece D. (2007). *Dynamic Capabilities and the Multinational Enterprise: Penrosian Insight and Omissions*. Management International Review p.175 – 192.
- Balboni, B., Bortoluzzi, G., Vianelli, D. (2014), "*The Impact of Relational Capabilities on the Internationalization Process of Industrial Subcontractors*", Transformations in Business & Economics, Vol. 13, No 2 (32), pp. 21-40.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communication Perspective*. New York: The McGraw-Hill Companies
- Boorum, M.L. & Goolsby, J.R. & Ramsey, R.P. (1998). *Relational Communication on Traits and Their Effect on Addoptiveness and Sales Performance*. Journal of the Academy Marketing of Science 26.1.16-30
- Castells, M. (2008). *The Rise of Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Czakon, W. (2009). *Relational Capability in Organization*. Journal of Economics & Management, 5, 47-65.
- Dyer J. (2007). *Effective Interfirm Cooperation: How Firms Minimize Transaction Costs and Maximize Transaction Value*. Strategic Management Journal Vol 18, Issue 7, p. 535-556.

- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Fafchamps, M. & Minten, B.. (2012). *Returns to social network capital among traders*, Oxford Economic Papers, 54, 173-206.
- Ferdinand, A. (2013). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP
- Gitosudarmo, I. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Giraud, G. (2013). *Relational Capabilities: A Multidimensional Approach*. ESSEC Business School: Research Center ESSEC Working Paper 1306.
- Hersey, P. & Blanchard, K. H. (2008). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Huggins, R. (2009). Forms of Network Resource: Knowledge Access and the Role of Inter-firm Networks. *International Journal of Management Reviews*, 12, 335-52.
- Inkpen, A.C. & Tsang, E.W.K. (2005). Social Capital, Networks, and Knowledge Transfer. *Academy of Management Review*. 30.146-165
- Jarrat D. (2004). *Conceptualizing a Relationship Management Capability*. Marketing Theory, p. 297-309
- Keats, et al. (1998). *A Causal Model of Linkages among Environmental Dimension, Macro Organization Characteristic and Performance*. Academy of Management Journal 31, p. 151-160.
- Keillors, B.D. & Parker, R.S., (1999). *Sales Force Performance Satisfaction and Aspects of Relational Selling: Implications for Sales Manager*. Journal of Marketing Theory and Practice. 7.1

- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Gary, A. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Struktural. Satu dan Multigroup Sample dengan Lisrel*. Bandung: Alfabeta
- Lorenzoni, G. (1999). *The Leveraging of Interorganizational Relationships as Distinctive Organizational Capability: A Longitudinal Study*. Strategic Management Journal Vol. 20, No.4, p. 317 – 338.
- Michael, O.J. (2004). *Thick Prescriptions: Toward an Interpretation of Pharmaceutical Sales Practices*. Medical Anthropology Quarterly 18.3
- Moller K., Svahn S. (2003). *Managing Strategic Nets – a Capability Perspective*. Marketing Theory Vol 3, p. 209 – 234.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian – Cet. 3 -*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A. (1988). *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing, Vol. 64. pp 12-40.
- Retherford, R. (2011). *Path Analysis: Statistical Models for Causal Analysis*. John Wiley & Sons, Inc.
- Riduwan. (2014). *Statistika untuk Lembaga & Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi, Versi Bahasa Indonesia*. Edisi Dua Belas. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Robbins, S.P., & Judge, T.A., (2010). *Organizational Behavior, 14th Ed.*, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sihite, R. (2006). *Sales and Marketing*. Surabaya: SIC

Slater, J & Naver, S. (1995). *The Effect of a Market Orientation on Bussiness Profitability*. Journal of Marketing, 54

Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

SWA. (2007). Pelaksanaan Medical Representative dalam Industri Farmasi. SWA 14/XIII/ Juni-Juli 2007

Thomas, H.S. (2008). *Drug Reps And The Academic Medical Centre: A Case for Management Rather than Prohibition*. Perspectives in Biology and Medicine 51.2, 251 -60, John Hopkins University Press

Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

Umar, H. (1999). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.

Wellman, Barry, Frank & Kenneth (2010). *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*. International Journal of Urban and Regional Research. Volume 25 Issue 2 p. 227 – 252.

Werther, W. B. & Davis, K. (2006). *Human Resources And Personal Management*. International Edition. McGraw-Hill, Inc., USA.

Wellman, B. & Kenneth, F. (2010). *Network Capital in a Multilevel-world*. Newyork: Aldine de Gruyter

Zollo, M. (2012). Post-formation dynamics in strategic alliances. *Strategic Management Journal*. 23, 35–151.



Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan kuesioner ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu sekalian untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini guna melengkapi data penelitian dengan judul:

“Pengaruh Kapabilitas Relasional Terhadap Modal Jaringan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja *Medical Representative* PT. Harsen Laboratories Indonesia”

Untuk itu, dimohon ketersediaan Bapak/Ibu sekalian menjawab dengan sebenar-benarnya.

Identitas Responden :

1. Jenis Kelamin :
2. Usia :
3. Regional Wilayah :
4. Lama Bekerja :

Di bawah terdapat pernyataan-pernyataan yang menggambarkan situasi Bapak/Ibu. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda silang (×) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu sekalian. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut :

Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2

Jawaban Kurang Setuju (KS) : 3

Jawaban Setuju (S) : 4

Jawaban Sangat Setuju (SS) : 5

Daftar Pernyataan

Menurut Anda, sejauhmana kemampuan membangun hubungan yang anda miliki terkait hal-hal berikut:

No.	Pernyataan mengenai Kapabilitas Relasional	STS	TS	KS	S	SS
1.	Mampu berkomunikasi tatap muka dengan baik					
2.	Mampu berkomunikasi menggunakan telepon dan media sosial dengan baik					
3.	Berkomitmen terhadap perusahaan					
4.	Mampu berkompetisi dengan baik					
5.	Memberikan feedback (umpan balik) terhadap perusahaan					
6.	Aktif rutin berkunjung ke pelanggan dokter setiap bulan					
7.	Aktif rutin berkunjung ke pelanggan rumah sakit setiap bulan					
8.	Mensupport pelanggan dokter dengan baik					
9.	Mensupport pelanggan rumah sakit dengan baik					

Menurut Anda, sejauhmana kemampuan membangun modal jaringan yang anda miliki terkait hal-hal berikut:

No.	Pernyataan mengenai Modal Jaringan	STS	TS	KS	S	SS
10.	Mengetahui perusahaan dengan baik					
11.	Mengetahui produk perusahaan dengan baik					
12.	Mengetahui perbandingan produk perusahaan dengan produk kompetitor					
13.	Aktif memperkenalkan perusahaan					
14.	Aktif mengikuti lokakarya maupun seminar					
15.	Memiliki jaringan dokter yang luas					
16.	Memiliki jaringan rumah sakit yang luas					

No.	Pernyataan mengenai Modal Jaringan	STS	TS	KS	S	SS
17.	Mampu menggunakan akses internet sebagai media promosi					
18.	Mampu menggunakan media sosial untuk menambah jaringan					

Menurut Anda, sejauhmana kinerja yang anda hasilkan terkait hal-hal berikut:

No.	Pernyataan mengenai Kinerja <i>Medical Representative</i>	STS	TS	KS	S	SS
19.	Berpenampilan baik					
20.	Mempunyai kemampuan mempengaruhi					
21.	Merupakan orang yang ramah					
22.	Jarang menerima komplain					
23.	Peduli dengan pelanggan					
24.	Percaya bahwa perusahaan tempat Bapak/Ibu bekerja merupakan perusahaan baik dan maju					
25.	Setia pada perusahaan di segala situasi					
26.	Puas dengan produk perusahaan					
27.	Memenuhi target volume penjualan setiap bulannya.					
28.	Menjual produk yang variatif setiap bulannya.					
29.	Mengalami kenaikan volume penjualan setiap bulannya.					
30.	Mengalami perluasan daerah pemasaran.					

Terima kasih atas kerjasama dan ketersediaan Bapak/Ibu sekalian yang telah diberikan untuk mengisi kuesioner ini.

Lampiran 2: Data Kasar Penelitian

[data tapm.xlsx](#)

