



Jangan Sampai Apotek Anda Menolak Pelanggan!

Description

Menolak pelanggan merupakan hal yang dihindari di semua bisnis, termasuk di apotek. Ini terjadi biasanya karena produk tidak tersedia di apotek atau stok produknya kosong, sehingga tidak bisa memenuhi permintaan pelanggan. Apa dampaknya jika apotek sering menolak pelanggan? Tentu apotek akan menolak penjualan yang berarti menolak pemasukan, mengurangi omzet, dan bisa membuat pelanggan menjadi tidak puas dan enggan berbelanja lagi di apotek Anda karena kesan apotek 'tidak lengkap'. *Lalu, apa strategi yang bisa dijalankan di apotek agar tidak menolak pelanggan?* Berikut tipsnya.

Melengkapi stok produk di apotek

Memiliki apotek yang lengkap dan komplit tentu bagus sekali. Apotek dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan. Apapun yang dicari pelanggan, apotek dapat memenuhinya. *Bagus bukan?* Namun, ada PR besar yang harus dilakukan, yaitu memenuhi dan melengkapi stok produk. *Tapi, apakah mungkin?* Apalagi jika [apotek memiliki modal yang minimal](#) atau terbatas. Maka dari itu, penting untuk melakukan perencanaan pengadaan yang efektif.

Untuk apotek baru, perencanaan pengadaan bisa dilakukan dengan [melihat potensi penjualan di apotek](#) lalu melakukan analisa pasar. Baik dari lokasi apotek, target pelanggan, dan kebutuhan masyarakat di sekitar apotek. Misalnya dengan menganalisa bagaimana karakter area pemukiman di sekitar apotek serta memperhitungkan fasilitas kesehatan apa saja yang ada di sekitar apotek, termasuk kompetitor apotek Anda. Untuk apotek yang sudah berjalan, Anda bisa memanfaatkan riwayat dan data penjualan di apotek. Anda dapat memanfaatkan berbagai metode analisis untuk melakukan [perencanaan yang efektif](#), seperti dengan melihat [defecta](#), melakukan [analisis pareto](#), analisis terhadap kecukupan atau [status stok produk](#).

Tidak membiarkan pelanggan pulang dengan 'tangan kosong'

Seringkali karena banyaknya obat, variasi produk, dan *brand* produk, apotek tidak mampu memenuhi

permintaan spesifik pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan strategi penjualan agar pelanggan tidak pulang dengan 'tangan kosong'. Disini dibutuhkan [pelatihan](#) dan pemahaman kepada karyawan di apotek untuk menanamkan *mindset* bahwa apotek tidak boleh membiarkan pelanggan pulang dengan 'tangan kosong'. *Bagaimana caranya?* Berikut beberapa strategi penjualan yang bisa apotek lakukan agar tidak menolak pelanggan dan bisa meningkatkan penjualan.

Teknik *up-selling*

Up-selling adalah strategi untuk membuat pelanggan membeli produk serupa dengan spesifikasi, harga, atau nilai yang lebih tinggi daripada produk yang dicari sebelumnya. Jika pelanggan mencari produk A, maka apotek bisa menawarkan produk A++. Bisa dilakukan dengan menawarkan produk serupa yang berukuran lebih besar, menawarkan produk serupa yang lebih mahal, atau menawarkan produk dengan keunggulan tertentu. Untuk di apotek, contohnya :

- Ketika pelanggan mencari minyak kayu putih 60 mL, tapi tidak tersedia di apotek. Bisa tawarkan volume yang lebih besar misalnya 120 mL, atau alternatif *brand* lain yang lebih mahal.
- Ketika pelanggan mencari obat Paracetamol, bisa tawarkan pilihan *brand*-nya
- Ketika pelanggan mencari obat flu berisi zat aktif A dengan desain pelepasan biasa atau *immediate release*. Bisa tawarkan obat dengan kandungan sama namun dengan desain pelepasan *sustained release*, sehingga pasien tidak perlu banyak meminum obat

Teknik *down-selling*

Down-selling adalah strategi penjualan dengan menawarkan produk serupa dengan spesifikasi, harga atau nilai yang lebih rendah daripada produk yang dicari sebelumnya. Bisa dilakukan dengan menawarkan produk serupa yang berukuran lebih kecil atau produk serupa dengan harga yang lebih murah. Untuk di apotek, contohnya :

- Ketika pelanggan mencari minyak kayu putih 120 mL, tapi tidak tersedia di apotek. Bisa tawarkan volume yang lebih kecil misalnya 60 mL, atau alternatif *brand* lain yang lebih murah.
- Ketika pelanggan mencari atau menebus resep obat A generik. Jika tidak ada, bisa tawarkan obat A yang ber-merk (generik ber-merk). Hal ini bisa dilakukan sesuai dengan Permenkes Pemenkes No 9 tahun 2017. Dalam hal obat yang diresepkan adalah obat bermerk, maka [apoteker dapat mengganti obat](#) bermerk dengan obat generik berlogo, selama komponen zat aktifnya sama atas persetujuan dokter dan/atau pasien

Teknik *cross-selling*

Cross-selling adalah strategi untuk meningkatkan penjualan dengan membuat pelanggan yang tadinya hanya membeli satu produk menjadi membeli banyak produk/layanan di apotek. Ini dilakukan dengan cara menyarankan atau mendorong pelanggan membeli produk lainnya sebagai pelengkap atau tambahan dari produk utama yang ingin dibeli. Sederhananya, jika pelanggan mencari produk A, maka apotek bisa menawarkan produk lain sehingga menjadi A+B+C+D. Strategi ini sangat ditentukan oleh kemampuan tenaga penjual untuk menjelaskan kelebihannya, menawarkan promo, dan menghubungkan beberapa produk/layanan kepada pelanggan. Untuk di apotek, contohnya :

- Ketika pelanggan mencari obat flu, maka bisa ditawarkan untuk juga membeli suplemen multivitamin dan suplemen untuk meningkatkan daya tahan tubuh
- Ketika pelanggan mencari obat penurun demam anak, maka bisa ditawarkan juga suplemen penambah nafsu makan anak dan plester kompres demam anak
- Apotek juga bisa membuat promo bundel/paket produk, misal paket demam anak yang berisi beberapa produk yang relevan. Selain bisa meningkatkan penjualan, hal ini juga bisa menjadi strategi untuk [meningkatkan loyalitas pelanggan ke apotek \(loyalty program\)](#)

Teknik substitusi

Produk substitusi adalah jenis produk yang dapat digunakan sebagai pengganti produk lainnya. Dua atau lebih produk dikatakan sebagai substitusi jika konsumen dapat menggunakannya untuk memenuhi tujuan atau kebutuhan yang sama. Berbeda dengan *up-selling* dan *down-selling*, teknik substitusi bisa berbeda namun tetap relevan dan bisa menggantikan. Untuk di apotek, contohnya :

- Ketika pelanggan mencari multivitamin untuk ibu hamil berbentuk kapsul, namun tidak tersedia. Apotek bisa menawarkan multivitamin untuk ibu hamil dalam bentuk sediaan lainnya seperti tablet efervesen. Kandungan zat aktif bisa saja berbeda.
- Ketika pelanggan mencari obat sakit kepala A. Apoteker bisa membantu pasien untuk melakukan swamedikasi menentukan obat yang tepat untuk keluhannya. Karena pilihan obat sakit kepala banyak, bisa saja diganti ke obat B, C, D sesuai dengan kondisi pasien.

Mencatat penjualan tertolak

Kejadian penjualan tertolak karena stok yang kosong atau produk belum tersedia di apotek penting untuk dicatat. Hal ini untuk melihat potensi penjualan yang tertolak, produk apa saja yang tidak bisa terpenuhi dan estimasi nilai penolakannya. Sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk pengadaan produk selanjutnya.

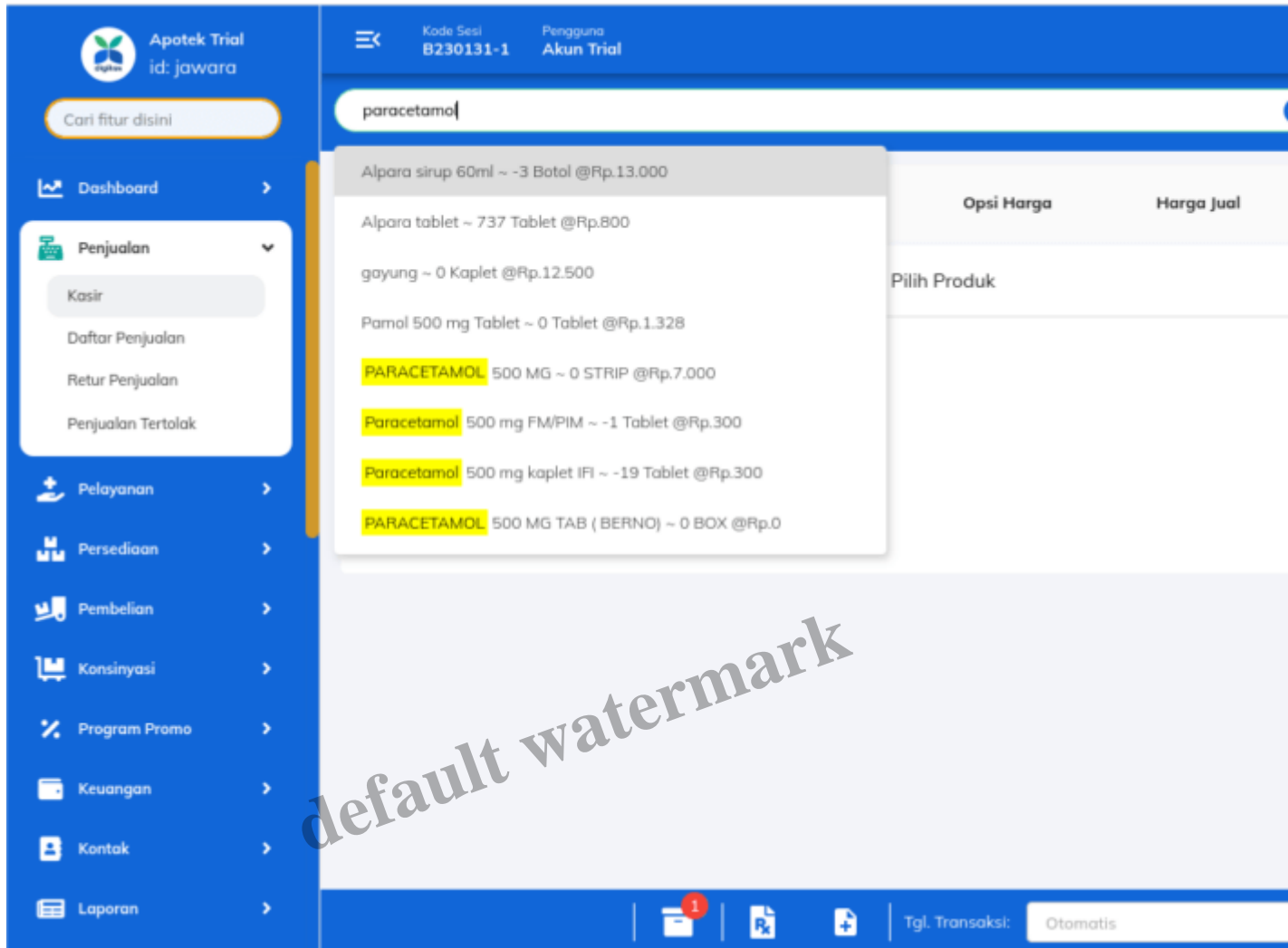
[Software apotek](#) seperti [Apotek Digital](#) dapat membuat pengelolaan apotek menjadi lebih mudah, termasuk untuk mencatat penjualan yang tertolak. Data penjualan tertolak dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam melakukan [perencanaan yang efektif](#) selanjutnya. *Tidak mau kan, produk yang sering ditanyakan pelanggan ternyata selalu kosong stoknya?* Selain itu, Apotek Digital juga dilengkapi fitur untuk mencari alternatif *brand* dengan kandungan zat aktif yang sama dengan mudah. Hal ini dapat memudahkan Apoteker atau TTK di apotek untuk menawarkan alternatif *brand* atau sediaan lainnya jika suatu *brand* yang dicari pelanggan sedang tidak tersedia di apotek.

The screenshot displays the 'Penjualan Tertolak' (Rejected Sales) feature in a digital pharmacy software. The interface is divided into a sidebar menu on the left and a main content area on the right. The sidebar menu includes options like Dashboard, Penjualan (Sales), Pelayanan (Service), Persediaan (Inventory), Pembelian (Purchase), Konsinyasi (Consignment), Program Promo (Promotion Program), Keuangan (Finance), Kontak (Contact), and Laporan (Report). The main content area shows a search bar for products/customers, a filter for status (set to 'Semua'), and a table of rejected sales. The table has columns for No., Tanggal Input (Input Date), Nama Produk (Product Name), Alasan Penolakan (Reason for Rejection), and Kuantitas (Quantity). Three entries are listed, all with the reason 'STOK TIDAK TERSEDIA' (Stock Not Available). Below the table, a summary shows 'Penjualan Tertolak dari 19 Feb 2023 s.d. 25 Feb 2023' (Rejected Sales from 19 Feb 2023 to 25 Feb 2023) with a total of 3 rejections and an estimated value.

No.	Tanggal Input	Nama Produk	Alasan Penolakan	Kuantitas	Po
1	22/02/2023 11:41	ZYPRAZ 1 MG	STOK TIDAK TERSEDIA	2 Tablet	
2	22/02/2023 11:44	Abbotix XL 500mg	STOK TIDAK TERSEDIA	1 Tablet	
3	22/02/2023 18:39	Actifed Hijau Exp 60ml	STOK TIDAK TERSEDIA	1 Botol	

Penjualan Tertolak dari 19 Feb 2023 s.d. 25 Feb 2023
Jumlah Penolakan : 3x Estimasi Nilai Penolakan

Fitur Penjualan Tertolak di Software Apotek Digital



Fitur pencarian alternatif produk atau *brand* dengan zat aktif sama di Software Apotek Digital

Category

1. Manajemen Apotek

Tags

1. apotek kosong
2. cross-selling
3. down-selling
4. menolak pelanggan
5. penjualan tertolak
6. up-selling

Date Created

2023/02/24

Author

ayesyaturul