



Rumus Memenangkan Persaingan Bisnis Apotek

Description

Apotek memegang peranan penting sebagai sarana pelayanan kefarmasian di masyarakat. Dimana masyarakat bisa mendapatkan produk sediaan farmasi, alat kesehatan, dan BHMP sekaligus mendapatkan pelayanan kefarmasian. Pertumbuhan jumlah apotek semakin meningkat setiap tahunnya. Kementerian Kesehatan mencatat ada peningkatan jumlah apotek setiap tahunnya selama satu dekade terakhir. Ada 28.233 apotek pada tahun 2018 dan meningkat menjadi 30.199 apotek pada tahun 2021 (dataindonesia.id). Jumlah ini diperkirakan akan terus naik melihat potensi apotek sebagai bisnis retail yang cukup menjanjikan.

Persaingan bisnis apotek tidak bisa dihindari, terlebih di era digital seperti saat ini dimana masyarakat bisa mengakses banyak informasi dan membandingkan produk dan layanan antar apotek. Untuk satu wilayah tertentu saja, Anda mungkin bisa menilai mana apotek yang ramai pelanggan dan mana yang sepi pelanggan. Oleh karena itu, sudah saatnya apotek mencari tahu dan menyusun strategi untuk bisa terus tumbuh, meningkatkan penjualan dan omzet apotek, serta dapat memenangkan persaingan antar apotek.

Rumus Penjualan

Menurut Dr. Indrawan Nugroho seorang konsultan inovasi dan bisnis, yang mempengaruhi tingkat penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$S = (V - P) C$$

sales value price communication

Apotek Anda > Kompetitor
(V - P) C (V - P) C

Dimana S (*sales*) atau penjualan apotek akan dipengaruhi oleh V (*value* atau nilai) yang diberikan, P (*price* atau harga), dan C (*communication*) bagaimana apotek mengkomunikasikan/mempromosikan apotek. Untuk memenangkan persaingan antar apotek, Anda harus meningkatkan *sales*/penjualan dibandingkan apotek kompetitor.

Bagaimana cara meningkatkan S (*sales*) ?

Berdasarkan pendekatan rumus di atas, cara untuk meningkatkan *sales* adalah dengan meningkatkan V *value* (nilai) yang bisa diberikan apotek dan meningkatkan C *communication* (komunikasi) setinggi-tingginya. *Mengapa tidak disarankan untuk menurunkan price atau harga serendah-rendahnya?* Karena harga produk dan layanan di apotek umumnya sudah diperhitungkan terhadap modal, HPP (harga pokok penjualan), dan *mark up* yang ingin diperoleh apotek. Menurunkan harga bisa mempengaruhi pertumbuhan apotek dan merugikan bagi bisnis apotek.

(Baca juga : [Margin vs Mark Up Produk, Apa Perbedaannya?](#))

Strategi Meningkatkan Penjualan

Untuk terus tumbuh dan memenangkan persaingan antar apotek, Anda tidak bisa hanya berdiam pasif menunggu pelanggan datang ke apotek. Berikut tips dan strategi yang bisa Anda gunakan untuk meningkatkan penjualan apotek berdasarkan pendekatan rumus di atas.

Meningkatkan *value* atau nilai apotek

Value dapat didefinisikan sebagai nilai yang didapatkan oleh pelanggan jika membeli/menggunakan produk dan layanan di apotek. Ini dikaitkan dengan kepuasan pelanggan setelah membeli produk dan layanan di apotek. *Value* terdiri dari dua jenis, yaitu Vf (*value functional*) dan Ve (*value emotional*).

Value functional (Vf) berkaitan dengan solusi apa yang ditawarkan apotek pada pelanggan. Ketika calon pelanggan datang ke apotek, umumnya mereka akan mencari sediaan farmasi dan produk kesehatan untuk meringankan gejala/penyakit, meningkatkan kesehatan & kebugaran, dan memenuhi kebutuhannya terhadap obat, suplemen, dan alkes, bahkan kebutuhan terkait informasi obat yang benar. Oleh karena itu, apotek harus bisa menjawab kebutuhan pelanggan bahkan di atas harapan pelanggan, diantaranya dengan :

- Memenuhi kebutuhan pelanggan, hindari untuk menolak pelanggan. Jika menolak pelanggan, maka berarti menolak penjualan, mengurangi omzet, dan bisa membuat pelanggan menjadi tidak puas dan enggan berbelanja lagi di apotek Anda karena kesan apotek 'tidak lengkap'

(Baca juga : [Jangan Sampai Apotek Anda Menolak Pelanggan!](#))

- Layani pelanggan dengan ramah dan santun
- Pelayanan di apotek yang cepat sehingga pasien/pelanggan tidak perlu lama menunggu
- Memberikan pelayanan farmasi klinik di apotek. Apotek bisa memberikan [pelayanan resep](#), [pelayanan informasi obat](#), layanan [konseling](#) bersama apoteker, layanan kefarmasian di rumah (*home pharmacy care*), dan pemantauan terapi obat untuk pasien tertentu

- Memberikan layanan farmasi jarak jauh, misalnya [layanan telefarmasi](#), konsultasi obat secara daring, dan pengiriman pesanan obat secara gratis (*free delivery*)

Value emotional (Ve) berkaitan dengan manfaat emosi yang dirasakan pelanggan. Pelanggan puas hingga menjadi loyal kepada apotek. Misalnya untuk pasien dengan penyakit kronis yang menggunakan obat dalam jangka waktu lama. Anda bisa meningkatkan *value* apotek dengan memberikan konseling, konsultasi penggunaan obat secara daring, mengingatkan jika obat sudah mau habis, dan memberikan diskon untuk pengambilan obat berikutnya. Pasien dengan penyakit kronis merupakan pasien dengan *repeat order* yang tinggi. Dengan membuat pelanggan merasa puas secara emosional karena diperhatikan oleh apotek, bisa membuat pelanggan menjadi loyal kepada apotek.

Meningkatkan komunikasi

Apakah Anda pernah melihat suatu bisnis unggul secara *value* namun tetap sepi pelanggan? Bisa jadi ini terjadi karena produk dan *value* yang ditawarkan oleh apotek tidak terkomunikasikan dengan baik, sehingga tidak banyak calon pelanggan yang tahu. Inilah pentingnya melakukan komunikasi atau promosi dengan baik dan efektif. Berikut strategi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan komunikasi :

- Rajin melakukan promosi produk dan layanan apotek
- Menata dan *lay out display* apotek yang rapi dan menarik. Penempatan persediaan farmasi pada *display* juga dapat berfungsi sebagai sarana *marketing* produk secara tidak langsung.
- Pintar melakukan *marketing* atau pemasaran. Baik secara *offline* maupun secara *online* dengan memanfaatkan teknologi digital
- Gunakan banyak *channel* untuk melakukan promosi. Misalnya apotek juga punya akun WhatsApp Business dan media sosial untuk meningkatkan keterjangkauan
- Mengadakan *event* apotek yang menarik dan ramai. Misalnya mengadakan senam bersama, penyuluhan informasi obat dan kesehatan kepada kelompok di masyarakat, dan lain-lain

Itulah beberapa strategi dan pendekatan untuk meningkatkan penjualan (*sales*) dan memenangkan persaingan antar apotek. Pastikan apotek Anda memiliki *value* yang tinggi dan konsisten dilakukan komunikasi dengan baik. Untuk urusan pengelolaan apotek, serahkan pada software [Apotek Digital](#) yang khusus didesain untuk mengelola apotek, toko obat, dan klinik agar pengelolaannya semakin handal dan efektif. [Apotek Digital](#) juga menyediakan *tools* atau fitur yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan *value* dan komunikasi apotek. Diantaranya fitur Kontak Database Pelanggan, [WhatsApp Tools](#), [Website Apotek Online](#), dan Integrasi dengan beberapa PSEF untuk meningkatkan penjualan apotek Anda. Coba gratis [disini](#) untuk merasakan manfaatnya bagi pertumbuhan bisnis apotek.

Referensi :

Dr. Indrawan Nugroho, 2021, [Rumus Memenangkan Persaingan Bisnis](#) [online]

Shilvina Widi, 2022, [Berapa Jumlah Apotek di Indonesia?](#) [online]

Category

1. Manajemen Apotek
2. Tentang Bisnis Apotek

Tags

1. bisnis apotek
2. persaingan apotek
3. value apotek

Date Created

27/07/2023

Author

ayesyaturul

default watermark