



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol x (x) Maret-Mei 2026: xxx-xxx

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Analisis Peran Manajemen Stok Parfum dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Produk Parfum Brans di Kota Tangerang Selatan

Ali Sandi¹, William Susanto², Panji Prasetyo³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia¹²³

E-mail: sandiali078@gmail.com

No HP: 081319882887.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen stok parfum dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk parfum Brans di Kota Tangerang Selatan. Produk parfum Brans merupakan usaha yang tidak memiliki toko fisik dan dipasarkan melalui sistem distribusi dengan menitipkan produk pada mitra penjualan seperti Labstore. Permasalahan dalam penelitian ini adalah keterbatasan ketersediaan stok yang menyebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan pelanggan secara optimal serta berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung pada mitra penjualan di Kota Tangerang Selatan, prasurvei kepada konsumen, serta prasurvei kepada pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen stok memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga ketersediaan produk di pasar. Keterbatasan produksi dan distribusi yang tidak dilakukan secara rutin menyebabkan ketersediaan produk menjadi tidak stabil dan sering mengalami kekosongan stok pada beberapa varian. Kondisi ini berdampak pada perilaku pelanggan yang cenderung menunda pembelian atau beralih ke produk lain yang lebih mudah diperoleh. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan stok dan distribusi yang lebih efektif dan terencana guna menjaga ketersediaan produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Stok; Kepuasan Pelanggan; Parfum Brans

ABSTRACT

PENDAHULUAN

Dalam lanskap bisnis yang kian intens persaingannya, organisasi dituntut untuk responsif dan akurat dalam menjawab kebutuhan para konsumen. Salah satu fondasi krusial untuk mencapai keunggulan ini terletak pada implementasi sistem manajemen stok yang efisien. Fungsi utama manajemen stok adalah menjamin ketersediaan barang dagangan agar permintaan pasar dapat dipenuhi secara optimal. Fluktuasi ketersediaan produk yang tidak stabil berisiko menimbulkan kerugian berupa terlewatnya peluang penjualan sekaligus mereduksi tingkat kepuasan konsumen (Pratiwi & Nurjanah, 2025).

Produk parfum Brans beroperasi sebagai produsen sekaligus distributor produk parfum tanpa memiliki gerai fisik. Strategi pemasarannya mengandalkan sistem distribusi tidak langsung, dengan menempatkan produk di berbagai mitra penjualan, contohnya Labstore yang berada di wilayah Kota Tangerang Selatan. Struktur distribusi yang demikian membuat pasokan produk di pasar sangat bergantung pada efektivitas manajemen inventaris dan frekuensi pengiriman dari pihak produsen.

Observasi lapangan di salah satu titik penjualan mitra di Kota Tangerang Selatan mengungkapkan bahwa pasokan stok parfum masih dalam kategori terbatas. Saat penelitian dilakukan, hanya dua unit produk yang tersisa, bahkan stok tersebut merupakan barang lama yang belum terbarukan selama berbulan-bulan. Selain itu, testimoni dari pihak mitra penjualan mengindikasikan bahwa pengiriman stok dari produsen cenderung jarang terjadi meskipun produk parfum tersebut memiliki permintaan yang cukup tinggi di kalangan konsumen di wilayah tersebut.

Inkuiri awal terhadap konsumen di Kota Tangerang Selatan memberikan sinyal bahwa ketersediaan stok produk parfum memainkan peran substansial dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Sebagian konsumen melaporkan bahwa beberapa varian parfum kerap mengalami keterbatasan stok, bahkan ada kalanya stok benar-benar habis. Ketika produk incaran tidak tersedia, konsumen cenderung mengeksplorasi pilihan lain di penjual yang berbeda. Fenomena ini menggarisbawahi potensi dampak negatif keterbatasan stok terhadap kepuasan pelanggan dan potensi kehilangan pendapatan penjualan.

Lebih lanjut, investigasi awal terhadap pihak produsen menunjukkan bahwa kapasitas produksi yang masih terbatas serta jadwal distribusi yang tidak teratur merupakan biang keladi utama dari permasalahan stok yang terbatas di mitra penjualan di Kota Tangerang Selatan. Situasi ini mengindikasikan adanya ketidakselarasan antara volume permintaan pasar dengan jumlah produk yang mampu disediakan.

Dalam beberapa tahun terakhir, riset yang mengulas hubungan antara manajemen stok dan kepuasan pelanggan telah berkembang pesat. Ketersediaan produk terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan keterbatasan stok dapat mendorong pelanggan untuk mencari alternatif di luar merek tersebut (Larici & Abdul, 2019).

Meskipun demikian, mayoritas studi terdahulu cenderung memfokuskan analisis pada entitas bisnis yang telah memiliki struktur operasional yang mapan. Kajian terhadap pelaku usaha skala mikro yang tidak mengoperasikan toko fisik dan bergantung pada jejaring mitra distribusi masih menunjukkan keterbatasan. Oleh karena itu, keunikan penelitian ini terletak pada investigasi mendalam mengenai peran manajemen stok dalam konteks usaha kecil yang menerapkan skema distribusi sederhana dan menghadapi kendala sumber daya yang signifikan di Kota Tangerang Selatan.

Berdasarkan penjabaran di atas, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana peran pengelolaan manajemen stok produk parfum dalam mendorong peningkatan kepuasan konsumen pada merek parfum Brans di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya meliputi observasi langsung, wawancara pendahuluan dengan konsumen, dan wawancara pendahuluan dengan pihak produsen. Pendekatan ini dipilih guna mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai realitas yang terjadi di lapangan.

Tujuan utama dari penyelenggaraan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam mengenai kontribusi manajemen stok parfum dalam upaya meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk parfum Brans di Kota Tangerang Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Utama

2.1.1 Manajemen Stok

Manajemen stok merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengawasi jumlah persediaan barang agar tetap tersedia sesuai dengan kebutuhan pasar. Tujuan utama dari manajemen stok adalah menjaga keseimbangan antara jumlah persediaan dan tingkat permintaan konsumen, sehingga dapat menghindari terjadinya kelebihan maupun kekurangan stok (Pratiwi & Nurjanah, 2025). Dalam praktiknya, manajemen stok tidak hanya berkaitan dengan penyimpanan barang, tetapi juga mencakup proses pengadaan, pencatatan, serta distribusi produk ke berbagai titik penjualan. Pengelolaan stok yang baik akan membantu perusahaan memastikan bahwa produk tersedia pada waktu dan tempat yang tepat, sehingga mendukung kelancaran operasional usaha.

2.1.2 Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk merupakan kondisi di mana suatu produk dapat ditemukan dan dibeli oleh konsumen pada saat dibutuhkan. Ketersediaan ini menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena konsumen cenderung memilih produk yang mudah diperoleh dibandingkan yang sulit ditemukan (Tjiptono, 2019). Dalam konteks pemasaran, ketersediaan produk yang stabil dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Sebaliknya, ketidakstabilan stok dapat menyebabkan konsumen merasa kecewa dan beralih ke produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa sistem pengelolaan stok dan distribusi berjalan dengan baik agar produk selalu tersedia di pasar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan dengan kinerja produk yang diterima. Tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen dalam memperoleh produk, baik dari segi kualitas maupun ketersediaannya. Apabila produk yang diinginkan tersedia dengan mudah, maka konsumen cenderung merasa puas. Sebaliknya, jika produk sering mengalami kekosongan stok, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, ketersediaan produk menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan (Larici & Abdul, 2019).

2.2 Penelitian Terdahulu

Mengingat fenomena ketersediaan produk yang memadai sebagai pemicu transaksi, berbagai penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Keberadaan stok yang mencukupi menjadi daya tarik penting bagi konsumen, karena dapat memenuhi kebutuhan secara tepat waktu.

Sebaliknya, keterbatasan stok dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk lain yang lebih mudah diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakstabilan ketersediaan produk tidak hanya berdampak pada penurunan penjualan, tetapi juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Selain itu, pengelolaan stok yang efektif terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, karena perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen secara lebih optimal. Sebaliknya, kekurangan stok seringkali disebabkan oleh keterbatasan produksi dan sistem distribusi yang belum efisien, sehingga menghambat pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pembelian konsumen, di mana konsumen cenderung memilih produk yang mudah diperoleh di pasar. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan stok yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha (Larici & Abdul, 2019).

Meskipun berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa manajemen stok memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagian besar penelitian dilakukan pada perusahaan dengan sistem yang sudah terstruktur. Sementara itu, penelitian pada usaha kecil yang tidak memiliki toko fisik dan mengandalkan distribusi melalui mitra penjualan masih relatif terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaruan dengan mengkaji peran manajemen stok pada produk parfum Brans yang tidak memiliki toko fisik dan dipasarkan melalui sistem distribusi mitra. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan keterbatasan produksi dan distribusi sebagai faktor yang mempengaruhi ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena bertujuan untuk memahami secara langsung bagaimana peran manajemen stok dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk parfum Brans di Kota Tangerang Selatan. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman dan perspektif subjek penelitian (Effendy dkk., 2025).

Selain itu, penelitian kualitatif juga bertujuan untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman individu terhadap suatu fenomena secara lebih mendalam. Dengan metode ini, peneliti dapat menggali informasi secara lebih komprehensif dari responden, sehingga diperoleh gambaran yang nyata mengenai kondisi pengelolaan stok dan ketersediaan produk di lapangan.

3.2 Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada konsumen, mitra Labstore pelanggan parfum brans, dan pemilik usaha untuk memperoleh informasi terkait pengelolaan stok, ketersediaan produk, serta tingkat kepuasan pelanggan.

2. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kondisi ketersediaan stok produk parfum Brans di Labstore serta aktivitas distribusinya.

3.3 Definisi operasional variabel

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, berikut definisi operasional dari setiap variabel:

1. Manajemen stok

Manajemen stok merupakan proses pengelolaan persediaan yang meliputi perencanaan, pengendalian, dan pengawasan stok agar tetap tersedia sesuai kebutuhan pasar (Pratiwi & Nurjanah, 2025).

2. Ketersediaan produk

Ketersediaan produk adalah kondisi di mana produk dapat ditemukan dan dibeli oleh konsumen pada saat dibutuhkan di lokasi penjualan (Larici & Abdul, 2019).

3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan dengan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan produk (Larici & Abdul, 2019).

3.4 Teknik analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data dari hasil wawancara dan observasi diseleksi dan disederhanakan agar sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Penyajian Data

Data yang telah dirangkum kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, kemudian mengaitkannya dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif umumnya meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dilakukan secara sistematis (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 6 responden yang terdiri dari 5 konsumen dan 1 pemilik usaha parfum Brans, diperoleh data terkait pengalaman konsumen, ketersediaan stok, serta tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Hasil Transkrip Wawancara Konsumen

No	Aspek	Ringkasan Jawaban
1	Frekuensi Pembelian	Konsumen membeli parfum Brans secara rutin dengan frekuensi yang bervariasi, mulai dari 1–2 kali dalam satu bulan hingga beberapa bulan sekali, tergantung pada kebutuhan penggunaan serta tingkat pemakaian masing-masing individu.
2	Alasan Memilih Produk	Konsumen memilih parfum Brans karena memiliki harga yang relatif terjangkau, kualitas aroma yang baik, daya tahan wangi yang cukup lama, serta tersedia dalam berbagai variasi aroma yang dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing.
3	Ketersediaan Stok	Ketersediaan stok produk belum sepenuhnya stabil, terutama pada varian favorit atau <i>best seller</i> . Meskipun demikian, beberapa responden menyatakan bahwa pada kondisi tertentu stok masih dapat ditemukan di lokasi penjualan tertentu.
4	Pengalaman Kehabisan Stok	Ketersediaan stok produk belum sepenuhnya stabil, terutama pada varian favorit atau <i>best seller</i> . Meskipun demikian, beberapa responden menyatakan bahwa pada kondisi tertentu stok masih dapat ditemukan di lokasi penjualan tertentu.
5	Tindakan Saat Stok Habis	Ketika stok produk tidak tersedia, konsumen cenderung mengambil beberapa alternatif tindakan seperti menunggu hingga produk tersedia kembali, mengganti dengan varian lain yang masih tersedia, atau beralih sementara ke merek lain yang sejenis.
6	Pengaruh Stok terhadap Pembelian	Ketersediaan stok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen lebih cenderung melakukan pembelian apabila produk tersedia secara langsung di tempat penjualan.
7	Persepsi Kualitas	Secara umum, konsumen menilai bahwa kualitas parfum Brans sudah baik, dengan aroma yang cukup kuat dan daya tahan wangi berkisar antara 4 hingga 6 jam dalam penggunaan normal.
8	Tingkat Kepuasan	Konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan, namun tingkat kepuasan

No	Aspek	Ringkasan Jawaban
		tersebut masih dipengaruhi oleh ketersediaan stok yang dinilai belum konsisten.
9	Harapan Konsumen	Konsumen berharap agar ketersediaan stok dapat lebih stabil dan konsisten, serta adanya peningkatan dalam sistem distribusi agar produk lebih mudah ditemukan di berbagai lokasi penjualan.

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen memiliki frekuensi pembelian yang cukup rutin serta menilai kualitas produk parfum Brans sudah baik. Namun demikian, ketersediaan stok masih menjadi permasalahan utama, terutama pada varian favorit yang sering mengalami kekosongan. Kondisi ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, di mana sebagian memilih menunggu, mengganti varian, atau bahkan beralih ke produk lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan stok memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Hasil Transkrip Wawancara Pemilik Usaha

No	Aspek	Hasil Wawancara
1	Sistem Pengelolaan Stok	Sistem pengelolaan stok yang digunakan masih sederhana, yaitu menggunakan metode <i>Min-Max</i> , di mana penambahan stok dilakukan ketika jumlah persediaan mencapai batas minimum tertentu dan dihentikan ketika sudah mencapai batas maksimum.
2	Sistem Produksi	Proses produksi belum dilakukan secara rutin dan masih bersifat tidak terjadwal, dengan kecenderungan menggunakan sistem <i>make-to-order</i> , yaitu produksi dilakukan berdasarkan permintaan yang masuk.
3	Kendala Utama	Kendala utama yang dihadapi adalah sistem pencatatan stok yang masih dilakukan secara manual, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara data stok dengan kondisi nyata di lapangan.
4	Penyebab Kekosongan Stok	Salah satu penyebab utama terjadinya kekosongan stok adalah tidak adanya <i>safety stock</i> pada beberapa varian produk, sehingga ketika permintaan meningkat, stok tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
5	Upaya Perbaikan	Upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha adalah dengan melakukan perbaikan sistem pencatatan stok serta melakukan evaluasi stok secara berkala guna meningkatkan akurasi data dan ketersediaan produk

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa sistem pengelolaan stok masih menggunakan metode sederhana seperti *Min-Max* dan belum didukung dengan sistem pencatatan yang terstruktur. Produksi yang belum dilakukan secara rutin serta tidak adanya *safety stock* menjadi penyebab utama terjadinya kekosongan produk. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam sistem pencatatan dan evaluasi stok secara berkala agar ketersediaan produk dapat lebih stabil.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima konsumen dan satu pemilik usaha, diketahui bahwa manajemen stok memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk parfum Brans.

Dari sisi konsumen, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka memilih parfum Brans karena harga yang terjangkau, kualitas wangi yang baik, serta variasi aroma yang beragam. Hal ini menunjukkan bahwa produk parfum Brans sudah mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen dari segi kualitas dan nilai yang ditawarkan. Konsumen juga menilai bahwa parfum Brans memiliki ketahanan aroma yang cukup baik untuk digunakan dalam aktivitas sehari-hari.

Namun demikian, permasalahan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah ketidakstabilan ketersediaan stok, khususnya pada varian yang paling diminati. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka sering mengalami kehabisan stok ketika ingin membeli varian tertentu. Kondisi ini menyebabkan konsumen harus menunggu restock, mengganti ke varian lain, atau bahkan beralih sementara ke merek lain. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan stok menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen.

Selain itu, seluruh responden menyatakan bahwa ketersediaan stok sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk. Konsumen cenderung merasa ragu untuk melakukan pembelian ulang apabila produk yang diinginkan sering tidak tersedia. Bahkan, terdapat indikasi bahwa ketidakstabilan stok dapat menurunkan loyalitas pelanggan, karena konsumen akan mencari alternatif produk lain yang lebih mudah diperoleh.

Dari sisi pemilik usaha, diketahui bahwa sistem pengelolaan stok yang diterapkan saat ini masih memiliki beberapa kendala. Produksi yang dilakukan tidak secara rutin dan lebih sering berdasarkan permintaan menyebabkan ketersediaan produk menjadi tidak stabil. Selain itu, tidak adanya stok pengaman (*safety stock*) juga menjadi penyebab utama terjadinya kekosongan stok pada beberapa varian.

Kendala lain yang dihadapi adalah sistem pencatatan stok yang masih dilakukan secara manual, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara data stok dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan stok belum dilakukan secara optimal dan masih memerlukan perbaikan, baik dari sisi sistem maupun pengawasan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk parfum Brans sudah baik dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, namun aspek ketersediaan stok masih menjadi kelemahan utama. Ketidakstabilan stok tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pengelolaan manajemen stok yang lebih baik dan terencana sangat diperlukan agar ketersediaan produk dapat terjaga secara konsisten. Hal ini penting untuk mendukung peningkatan kepuasan pelanggan serta mempertahankan keberlangsungan usaha parfum Brans di tengah persaingan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen stok memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk parfum Brans di Kota Tangerang Selatan. Dari hasil wawancara dengan konsumen, diketahui bahwa kualitas produk parfum Brans dinilai baik dari segi aroma, ketahanan, dan harga yang terjangkau, sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan.

Namun demikian, permasalahan utama yang ditemukan adalah ketidakstabilan ketersediaan stok, terutama pada varian yang paling diminati. Kondisi ini menyebabkan konsumen sering mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk yang diinginkan, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian bahkan mendorong sebagian konsumen untuk beralih ke produk lain. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Dari sisi pemilik usaha, diketahui bahwa kendala utama dalam pengelolaan stok terletak pada sistem produksi yang belum terjadwal secara rutin, tidak adanya stok pengaman, serta pencatatan stok yang masih dilakukan secara manual. Kondisi tersebut menyebabkan ketersediaan produk menjadi tidak stabil dan sulit untuk memenuhi permintaan pasar secara konsisten.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun kualitas produk parfum Brans sudah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, pengelolaan manajemen stok yang belum optimal menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam sistem pengelolaan stok agar ketersediaan produk dapat terjaga dengan lebih baik.

KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya jumlah responden yang masih terbatas serta fokus penelitian yang hanya dilakukan pada satu jenis mitra penjualan, yaitu Labstore, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan kondisi secara menyeluruh. Selain itu, metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif sehingga hasil penelitian lebih menekankan pada pemahaman fenomena dan belum dapat digeneralisasikan secara luas.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya maupun bagi pihak usaha. Bagi pihak usaha parfum Brans, disarankan untuk meningkatkan pengelolaan stok dengan cara menyediakan stok pengaman (safety stock), melakukan pencatatan stok secara lebih teratur dan sistematis, serta menjadwalkan produksi secara lebih konsisten agar ketersediaan produk dapat terjaga. Selain itu, perlu adanya peningkatan distribusi agar produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah jumlah responden serta memperluas objek penelitian, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur secara lebih rinci pengaruh manajemen stok terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, A., & Abdillah, F. A. F. (2025). Pemanfaatan analisis data penjualan untuk optimalisasi manajemen stok dan strategi promosi produk pada toko parfum berbasis web. *Karapan Network Journal: Journal Computer Technology and Mobile Ad Hoc Network*, 1(01).
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 123–130.
- Christopher, M. (2020). *Logistics & supply chain management*. Pearson Education.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., Supriyatna, W., Masriah, I., & Nurhadi, A. (2025). Enhancing MSME competitiveness in the creative industry through human resources development in South Tangerang. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 9(2), 138–151.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Larici, R., & Abdul, M. (2019). Pengaruh manajemen logistik terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Nugroho, A. (2023). Strategi manajemen stok dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha kecil. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 11(1), 77–85.
- Prasetyo, B., & Lina, M. (2021). Pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen ritel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 112–120.
- Pratiwi, D., & Nurjanah, S. (2025). Pengaruh manajemen persediaan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Katalis*, 2(4), 29–38.
- Putra, D. G. E. N., & Purnawati, N. K. (2018). Kinerja manajemen persediaan barang dagangan PT. Artha Dinamis Sentosa Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5599–5627.
<https://www.neliti.com/publications/383375/kinerja-manajemen-persediaan-barang-dagangan-pt-artha-dinamis-sentosa-bali>
- Rahman, R. A. (2025). Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan).
- Rika, N., Muliansyah, D., & Azis, N. (2024). Pengaruh manajemen inovasi dan kinerja rantai pasok terhadap pengembangan UMKM tekstil. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Humaniora*, 4(1), 65–74.
- Saputra, H. (2022). Analisis pengelolaan stok barang dalam meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi Modern*, 10(1), 55–63.
- Sari, D. P., & Wijaya, A. (2020). Dampak ketidaktersediaan produk terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 7(1), 89–97.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Wijaya, T. (2018). Manajemen persediaan dalam meningkatkan efisiensi operasional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 101–110.