

## ABSTRAK

**Nordiyanto**, 2020, Strategi Dan Manajemen Bisnis Minyak Wangi Abdullah Parfum Kota Banjarbaru, Skripsi, Jurusan: Ekonomi Syariah, Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing 1: Drs. Nispan Rahmi, M. Agdan Pembimbing 2: Hariyanto, S.E., MM

**Kata Kunci**, Strategi, Manajemen Bisnis

Parfum merupakan salah satu usaha dibidang penjualan parfum yang saat ini berkembang pesat terbukti dengan adanya 6 *counter* yang berada didaerah martapura dan banjarbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dan manajemen bisnis Abdullah Parfum.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan teknik wawancara yang dilakukan kepada beberapa orang informan dari pihak *owner* dan rekan kerja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis *owner* Abdullah Parfum berupa pemilihan rekan kerja yang baik, mengikutsertakan rekan kerja dalam seminar bisnis, briefing setiap bulan, memberikan *reward* berupa bonus liburan dan juga strategi bisnis dari kepala *counter* Abdullah Parfum berupa pelayanan yang baik, berinovasi dalam melakukan strategi penjualan, dekorasi yang bagus dan penampilan yang sopan dan inisiatif dalam menawarkan produk- produk sedangkan manajemen bisnis Abdullah Parfum berupa *Planning* proses mengatur tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap individu dalam manajemen, *Organizing* tetap memegang asas kekeluargaan di dalamnya, *Actuating* berkenaan dengan fungsi manajer untuk menjalankan tindakan dan melaksanakan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi dan *Controlling* mengawasi rekan kerja ketoko- toko.

Dapat disimpulkan Abdullah Parfum menerapkan strategi dan manajemen bisnis yang baik serta relegius didalam pelaksanaannya.