



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Analisis Risiko Usaha Baru Perusahaan Perseorangan (Ayam Geprek Banbet)

Tri Auri Yanti

Fakultas Ekonomi Bisnis, Manajemen Ritel, Universitas Battuta, Indonesia

Keywords:

Analisis Risiko;
Etika Bisnis Islam;
Perusahaan
Perseorangan.

Abstract. Risk analysis is a crucial aspect that should not be ignored in running a new business, especially an individual business such as a fried chicken business. The aim of opening this food stand is to present a new business with prosocial ideas and culinary delights. The owner of the Banbet stall was motivated to start a unique company, Ayam Goreng Abo (Ayam Kribo) with a fresh name, different from other competitors with varying levels of spiciness. This research aims to: 1) determine the marketing mix that has been implemented by Warung Banbet Abo (Ayam Kribo); 2) identify and analyze internal and external environmental factors that influence the strategy of Warung Banbet Abo (Ayam Kribo); and 3) develop and recommend alternative effective and efficient strategies for Warung Banbet Abo (Ayam Kribo) in relation to business units. The development of Warung Banbet Abo (Ayam Kribo) is influenced by external and internal elements, including business location, information technology, consumer attitudes, human resources and financial conditions. To analyze the success factors at Warung Banbet Abo (Ayam Kribo). The methodology used by the author in this research is the Qualitative Method, namely by conducting interviews and observations. From the perspective of Islamic Business Ethics, risk analysis of the fried chicken business is very important to carry out. Business actors are prohibited from using all measures necessary to run their business. Therefore, Ayam Geprek Banbet always prioritizes the benefit of various parties because it is a culinary entrepreneur who works based on sharia principles by developing a company that is beneficial to all parties.

Corresponding author*

Email: triauriyanti@yahoo.co.id

1. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan usaha baru seperti ayam geprek, analisis risiko menjadi aspek krusial yang tidak boleh diabaikan. Terjun ke dalam industri kuliner, terutama dalam pasar makanan cepat saji, membawa beragam risiko yang perlu dievaluasi secara menyeluruh. Risiko pasar, seperti persaingan yang ketat dan fluktuasi permintaan pasar, bersanding dengan risiko operasional seperti manajemen stok, pengelolaan bahan baku, dan menjaga kualitas produk. Faktor finansial juga turut menjadi perhatian, termasuk biaya operasional dan perencanaan keuangan yang cermat. Tidak ketinggalan, risiko terkait kesehatan dan keamanan pangan juga memerlukan



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



pemahaman yang mendalam. Melalui analisis risiko dapat diidentifikasi untuk meminimalkan risiko dan meningkatkan peluang kesuksesan dalam usaha ayam geprek ini.

Makanan ayam goreng tepung yang umum di Indonesia disebut “ayam geprek”, yang kemudian dihaluskan atau dihaluskan dengan bawang bombay atau dengan sambal. Dan saat ini ayam geprek sudah mulai populer dan disajikan hampir di seluruh kota besar di Indonesia. Karena ketatnya persaingan dalam industri kuliner saat ini, para pembuat produk makanan harus lebih kreatif dan imajinatif. Ayam Geprek salah satunya. Dari segi kualitas, rasa ayam geprek sendiri setara dengan makanan cepat saji lainnya. Pemilik warung Banbet termotivasi untuk memulai perusahaan unik ayam goreng (Abo) dengan nama segar berbeda dengan pesaing lainnya dengan tingkat kepedasan yang bervariasi. Karena banyaknya individu yang bercita-cita menjadi pemilik perusahaan, para wirausaha harus berjuang untuk menjadikan produknya yang terbaik dan tetap memperhatikan langkah persaingan bisnis yang terus berkembang. Oleh karena itu, dunia usaha perlu menggunakan pendekatan yang tepat.

Tujuan dibukanya stand makanan ini adalah untuk menghadirkan usaha baru dengan ide dan kuliner yang prososial. Mengingat perusahaannya berlokasi di kawasan pemukiman, kata "warung" digunakan untuk meningkatkan popularitasnya. Usaha ayam goreng ini menjadi sarana pengajaran bagi masyarakat untuk mempelajari, mengembangkan, dan menerapkan kewirausahaan.

Bedasarkan data tersebut penulis ingin melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Warung Banbet Abo (Ayam Kribo), mengidentifikasi dan menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi Warung Banbet Abo (Ayam Kribo), dan menyusun serta merekomendasikan alternatif strategi yang efektif dan efisien untuk Warung Banbet Abo (Ayam Kribo) dalam kaitannya dengan unit bisnis dengan judul **“ANALISIS RISIKO USAHA BARU PERUSAHAAN PERSEORANGAN (AYAM GEPREK BANBET).**

2. METODE

Metodelogi yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah Metode Kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara, observasi.

Tahapan atau langkah dalam melaksanakan solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan antara lain :

1. Mengetahui bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Warung Banbet Abo (Ayam Kribo),
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi Warung Banbet Abo (Ayam Kribo), dan
3. Menyusun serta merekomendasikan alternatif strategi yang efektif dan efisien untuk Warung

Banbet Abo (Ayam Kribo) dalam kaitannya dengan unit bisnis.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu pada hari Jumat, 7 Juni 2024 bersama 2 orang mahasiswa.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Pengabdian Kepada Masyarakat

“RISIKO USAHA BARU PERUSAHAAN PERSEORANGAN” (AYAM GEPREK BANBET)

di JL. Mojopahit No.99 C, Petisah Tengah, Kec. Medan
Jumat, 7 Juni 2024

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Diki ARINSYAH PUTRA	
2	SUGIATNO	
3	WAHYU SYAHPUTRA	
4	SYAMSUL BAHFI	
5	AZIZAN Rizky Ramadhan	
6	ALFI	
7	Fathan	
8	Rizky Pratama	
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		

Gambar 1. Pengabdian Kepada Masyarakat Yang Dilakukan Mahasiswa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Risiko Usaha Baru

Risiko selalu dikaitkan dengan potensi terjadinya kejadian yang tidak diantisipasi atau tidak diinginkan. Dengan kata lain, risiko adalah kemungkinan terjadinya hasil yang negatif.

Risiko usaha adalah hasil kegiatan usaha yang menunjukkan kerugian dan beberapa masalah pada jangka waktu tertentu. Banyak faktor yang menimbulkan terjadinya risiko bisnis, mulai dari karena kondisi internal sampai eksternalitas (seperti bencana, guncangan ekonomi, dan semacamnya).

Jika tidak dideteksi sedini mungkin, risiko usaha bisa menimbulkan kerugian lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan wajib memiliki kemampuan mitigasi, mengelola, dan memindahkan risiko.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Faktor Penyebab Timbulnya Risiko Usaha

Pihak internal dan eksternal merupakan faktor penyebab timbulnya risiko bisnis. Pihak internal berarti berasal dari perusahaan itu sendiri, sementara pihak eksternal adalah hal-hal di luar kendali perusahaan. Faktor penyebabnya antara lain:

1. Masalah Ekonomi

Adanya masalah ekonomi dalam suatu negara merupakan faktor penyebab timbulnya risiko bisnis dari pihak eksternal. Aktivitas usaha tidak lepas kaitannya dengan kegiatan ekonomi suatu negara. Bila ekonomi suatu negara sedang bermasalah, maka hal ini bisa berdampak pada bisnis-bisnis lain.

2. Bencana Alam

Penyebab ini juga berasal dari pihak eksternal dimana perusahaan tidak bisa mengontrol. Contoh risiko usaha seperti bencana pandemi membuat beberapa usaha terkena dampak buruk, adanya gunung meletus yang menghancurkan perusahaan, dan sebagainya.

3. Perilaku Manusia

Faktor penyebab timbulnya risiko usaha adalah perilaku manusia. Hal ini timbul dari faktor internal perusahaan atas pengambilan keputusan atau kebijakan yang tidak tepat. Contoh risiko dari perilaku manusia seperti kepercayaan konsumen hilang, piutang menumpuk, dan sebagainya.

Macam-Macam Risiko Usaha

Dalam praktiknya, Anda sebagai pengusaha akan menemukan berbagai macam risiko bisnis. Cari tahu selengkapnya di bawah ini.

1. Risiko Pemasaran

Jenis yang pertama yakni risiko pemasaran. Risiko pemasaran adalah risiko yang terjadi karena tindakan kurang tepat dalam menerapkan strategi pemasaran sehingga gagal dan masyarakat tidak bisa menerima produk secara baik.

2. Risiko Operasional

Selanjutnya adalah risiko operasional. Risiko operasional timbul sebagai akibat kesalahan dan penyimpangan prosedur teknis perusahaan sehingga produk yang dihasilkan tidak sesuai standar. Hal ini terjadi karena faktor SDM, kunonya teknologi, dan sebagainya.

3. Risiko Keuangan

Risiko berikutnya yang tak kalah penting yakni risiko keuangan. Hal ini merupakan macam risiko yang sering dihadapi para pelaku usaha. Kegagalan bisnis atau penyalahgunaan kas perusahaan menyebabkan potensi kerugian.

4. Risiko Sumber Daya Manusia

Risiko sumber daya manusia juga dialami banyak pemilik usaha. Jenis risiko dari perilaku dan tingkah laku sumber daya manusia dalam menjalankan bisnis ini. Misalnya, tenaga kerja malas, tidak jujur, tidak disiplin, dan sejenisnya.

5. Risiko Pasar



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Terakhir, risiko pasar dikendalikan oleh pelanggan atau konsumen dari perusahaan. Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan dan perkembangan gaya hidup target pasar, munculnya kompetitor lain, dan sebagainya.

Klasifikasi Risiko Usaha

Terdapat beberapa klasifikasi risiko bisnis yang harus diketahui sebagai pengusaha. Simak penjelasan lengkapnya berikut ini.

1. Berdasarkan Sifatnya

Pertama, klasifikasi risiko usaha adalah berdasarkan sifatnya yang terbagi menjadi lima poin penting, antara lain:

- **Risiko Murni**

Klasifikasi risiko bisnis berdasarkan sifatnya pertama adalah risiko murni dimana tingkat kepastian adanya kerugian dinilai besar. Contoh risiko murni misalnya seperti bencana alam, pandemi, dan sejenisnya.

- **Risiko Spekulatif**

Risiko ini disebabkan karena keputusan dan tindakan yang tidak dipertimbangkan secara matang sehingga mencelakai perusahaan. Misalnya seperti hutang.

- **Risiko Fundamental**

Risiko fundamental merupakan klasifikasi risiko bisnis yang ditanggung sendiri oleh pihak internal perusahaan dan tidak bisa dilimpahkan kepada pihak lain.

- **Risiko Khusus**

Risiko khusus adalah risiko yang berasal dari peristiwa di luar kendali dan bisa dimaklumi, contohnya seperti kapal tenggelam, kebakaran, dan sebagainya.

- **Risiko Dinamis**

Terakhir, klasifikasi risiko usaha adalah risiko dinamis yang timbul akibat perkembangan dan kemajuan teknologi.

2. Berdasarkan Perpindahannya

Kedua, klasifikasi risiko usaha adalah berdasarkan perpindahan, yaitu meliputi:

- **Risiko Dapat Dipindahkan**

Risiko dapat dipindahkan merupakan klasifikasi risiko yang beban kerugiannya bisa dipindahkan atau dialihkan pada pihak lain sehingga akibat yang timbul bisa teratasi. Misalnya asuransi.

- **Risiko Tidak Dapat Dipindahkan**

Klasifikasi risiko jenis ini tidak bisa dipindahkan beban kerugian kepada pihak lain, sehingga perusahaan harus bersedia menanggungnya.

3. Berdasarkan Sumbernya

Ketiga, klasifikasi risiko usaha adalah berdasarkan sumbernya yang terdiri dari risiko internal dan eksternal, berikut ini penjelasannya.

- **Risiko Internal**



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Risiko internal merupakan risiko yang timbul sebagai akibat dari dalam perusahaan, seperti karyawan, kerusakan operasional, kebocoran data, dan sebagainya.

- **Risiko Eksternal**

Risiko eksternal adalah risiko yang disebabkan karena tindakan pihak lain yang ada di luar kendali perusahaan, misalnya pencurian, bencana alam, regulasi pemerintah, dan sebagainya.

Cara Mengidentifikasi Risiko Usaha Sejak Dini

Agar mampu menangani risiko yang mungkin terjadi dalam perusahaan, sebaiknya mulai mengetahui cara mengidentifikasi risiko usaha sejak dini, antara lain sebagai berikut:

1. Melatih Kemampuan Helicopter View

Pertama, cara mengidentifikasi risiko bisnis adalah melatih kemampuan helicopter view. Kemampuan ini mengajarkan untuk melihat dari banyak sisi bisnis. Jadi tidak hanya berfokus dan perhatian pada satu bagian saja, tetapi juga memperhatikan perbaikan bidang lainnya dalam perusahaan.

2. Menyusun Perencanaan Bisnis dengan Matang

Menyusun rencana bisnis secara matang merupakan cara selanjutnya yang harus dipersiapkan. Sebelum menjalankan bisnis, sebaiknya membuat rencana tindakan beserta risikonya. Sehingga bisa melihat kegiatan mana yang memiliki risiko tingkat tinggi dan harus diatasi segera.

3. Analisa Tingkat Product Maturity

Berikutnya, cara mengidentifikasi risiko usaha adalah menganalisa tingkat kematangan produk. Sebelum produk mengalami penurunan penjualan akibat kejenuhan konsumen, perusahaan harus bersiap-siap membuat diversifikasi produk baru. Sehingga saat penjualan satu produk turun, sudah ada produk lain yang menggantikannya.

4. Melakukan Analisa SWOT

Melakukan analisa SWOT adalah cara mengidentifikasi risiko bisnis selanjutnya. Penting sekali untuk mengetahui Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman) suatu perusahaan. Dengan demikian, kita bisa memberikan treatments terbaik untuk menghindari potensi risiko.

5. Merencanakan Strategi Mitigasi Risiko

Cara berikutnya yakni merencanakan strategi mitigasi risiko. Mitigasi risiko adalah aktivitas terencana dan berkelanjutan dalam mengurangi pengaruh akan suatu hal yang memungkinkan adanya bahaya risiko. Sehingga kita bisa mengatasi risiko secara perlahan

6. Mendokumentasikan Proses dengan Baik

Mendokumentasikan proses dengan baik merupakan cara penting guna menghindari risiko seperti kesalahan prosedur dan kegagalan proses produksi. Seluruh rencana dari strategi dan tindakan yang pernah diterapkan dalam bisnis dicatat dalam laporan perusahaan secara



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



teratur. Hal ini membantu kita untuk menganalisis dan mengidentifikasi tindakan mana yang berhasil dan meminimalisir risiko.

7. Mengevaluasi Kinerja Secara Berkelanjutan

Terakhir, cara mengidentifikasi risiko usaha adalah mengevaluasi kinerja secara berkelanjutan. Dari seluruh tindakan dan rencana yang dijalankan, kita harus melakukan evaluasi atas hasil tersebut. Dengan demikian, kita bisa menghindari potensi terulangnya risiko sebelumnya dan mencegah terjadinya risiko lebih besar di masa depan.

Perusahaan Perseorangan

Perusahaan Perseorangan adalah jenis usaha yang dijalankan oleh seorang individu tanpa membentuk badan usaha. Pemilik usaha bertanggung jawab secara pribadi atas semua aspek usaha tersebut, termasuk keuntungan dan kerugian. Usaha perseorangan dapat berupa usaha kecil seperti toko atau usaha sampingan.

Namun, tidak seperti badan usaha, usaha perseorangan tidak memiliki hak atas nama dan tidak dapat meminjam uang dari bank dengan menggunakan nama usaha sebagai jaminan.

Usaha perseorangan dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis, tergantung dari skala dan jenis usahanya. Beberapa jenis usaha perseorangan yang umum dikenal adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha rumahan.

Akan tetapi, apabila ditarik lebih jauh lagi, ada beberapa jenis usaha perseorangan yang dapat dipelajari. Jenis usaha perseorangan sebenarnya ada banyak dan masih dapat dikembangkan sesuai dengan minat serta kompetensi seseorang.

Perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan perseorangan apabila memiliki karakter atau ciri-ciri tertentu, diantaranya:

- a) Proses pembentukannya cukup mudah
- b) Pemilik perusahaan adalah individu
- c) Modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan melibatkan aset pribadi
- d) Sistem atau cara mengelolanya cukup sederhana
- e) Tugas dan tanggung jawab tidak terbatas
- f) Keberlanjutan usaha tergantung pada pemiliknya
- g) Nilai tambah atau nilai penjualannya relatif kecil
- h) Perusahaan perseorangan bisa ditransfer kapan saja.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Kelebihan dan Kekurangan Usaha Perseorangan

Dalam menjalankan jenis usaha perseorangan, ada beberapa kelebihan dan tentunya kekurangan bagi seorang pelaku bisnis. Berikut beberapa kelebihan dan kekurangan dari usaha perseorangan:

Kemungkinan Untuk Menyesuaikan

Jenis usaha perseorangan memungkinkan pelaku bisnis untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan situasi pasar yang berubah-ubah. Sang pemilik dapat dengan cepat mengambil keputusan dan mengadaptasi perubahan.

2. Keuntungan Langsung Ke Pemilik

Karena usaha dijalankan oleh perseorangan, maka keuntungan yang didapat akan langsung diterima oleh pemilik tanpa harus dibagi dengan pihak lain.

3. Fleksibilitas Dalam Pemasaran

Jenis usaha perseorangan memiliki fleksibilitas dalam hal pemasaran dan promosi. Sang pemilik dapat dengan mudah menentukan target pasar dan mengambil tindakan untuk mencapainya.

Pengenalan Usaha

Warung Banbet Ayam Geprek Kribo

Usaha yang dijalankan disini adalah usaha warung makan yang bernama "Warung Banbet Abo (Ayam Kribo)". Warung Banbet adalah perusahaan yang memproduksi makanan cepat saji olahan yang halal dan sadar kesehatan. Berhubungan dengan Pengambilan nama warung Banbet dari asal kelahiran si penjual, serta tujuan dan doa juga kelahiran yang sama dengan si penjual bisa menjalalin silaturahmi.

Bentuk Usaha

Stand makanan yang dikenal dengan nama Banbet Abo (Ayam Kribo) Geprek ini beroperasi sebagai perusahaan perseorangan dan tidak terafiliasi dengan entitas lain mana pun. Jam buka stand makanan ini adalah pukul 11.00–20.00 WIB. menyediakan layanan pemesanan untuk rapat, perayaan ulang tahun, dan acara lainnya baik untuk pertemuan besar maupun kecil.

Pemilik Bisnis Usaha

Owner warung Banbet: Bpk. Sugiarno

Alamat

Lokasi atau tempat usaha ini berada di JL. Mojopahit No.99 C, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20111.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Daftar Menu Warung Banbet

Makanan

- Nasi Ayam Geprek Kribo 12K
- Nasi Lele Geprek Kribo 12K
- Nasi Dendis Kribo 12K
- Nasi Telur Geprek Kribo 12K
- Nasi Soto Banbet 14K
- Nasi Goreng / Kampung 12K
- Ifumie Goreng 12K
- Mie Goreng 10K
- Mie Kuah 9K
- Nasi Putih 1 Porsi 5K
- Extra Cabe 2K

Minuman

- Es Teh Manis 5K
- Lemon Tea 5K
- Es Cappucino 8K
- Es Milo 8K
- Es Chocolatos 8K
- Kopi 5K

Info Pemesanan ☎ 0821-7234-4697



Gambar 2. Daftar Menu Dan Foto Bersama Pemilik Warung Banbet

Melakukan Analisa Aspek



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Aspek Keuangan

Peralatan

No	NamaBarang	Jumlah	HargaSatuan	TotalHarga
1	Kompork+tabunggas	4	Rp.300.000	Rp. 1.200.000
2	Wajan	4	Rp.120.000	Rp. 480.000
3	Panci	3	Rp. 80.000	Rp. 240.000
4	DandangBesar	1	Rp. 180.000	Rp. 180.000
5	Pisau	12	Rp. 5.000	Rp. 60.000
6	Termos	3	Rp. 100.000	Rp. 300.000
7	Ember	5	Rp. 25.000	Rp. 125.000
8	Baskom	7	Rp. 20.000	Rp. 140.000
9	KipasAngin	1	Rp. 240.000	Rp. 240.000
10	Sutil+Jepitan	4	Rp. 50.000	Rp. 200.000
Jumlah				Rp. 3.165.000

BiayaVariabel

No	NamaBarang	Jumlah	HargaSatuan	TotalHarga
1	Bahan Baku(Ayam)	20kg	Rp. 28.000	Rp. 560.000
2	Beras	15kg	Rp .12.000	Rp. 180.000
3	MinyakGoreng	10liter	Rp. 12.000	Rp. 120.000
4	Bumbu			Rp. 50.000
5	KertasNasi	1pak	Rp. 23.000	Rp. 23.000
6	Plastik	2pak	Rp. 15.000	Rp. 30.000
7	Cabe	10kg	Rp. 22.000	Rp. 220.000
8	Daunpisang	2gulung	Rp. 5.000	Rp. 10.000
	Tempe	10bks	Rp. 5.000	Rp. 50.000
	Tepung	15kg	Rp. 12.000	Rp. 180.000
Jumlah				Rp. 1.423.000

Sumber Dana

Modal Sendiri : Rp.5.000.000



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Pinjaman : Rp.15.000.000

Aspek Potensi Pasar

Proses pengumpulan dan pendokumentasian data dari pemeriksaan informasi secara metodis tentang kemungkinan item pasar disebut riset aspek pasar.

Bagi seorang wirausahawan, riset pasar memiliki keuntungan sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan potensi pasar
- b. Mengumpulkan data dan fakta
- c. Belajar lebih banyak tentang potensi
- d. Mengurangi risiko terhadap perusahaan dan operasi.

Pemasaran dari warung Banbet menggunakan sosial media dan untuk para pelanggan yang ingin memesan dengan cara meng whatsapp pemilik warung Banbet, spesial dari warung Banbet ini untuk setiap pesanan akan diantarkan ke lokasi sipemesan tanpa dikenakan biaya ongkir. Untuk setiap hari Jum'at warung Banbet akan membagikan minuman jus timun secara gratis untuk setiap pelanggan yang pesan.

Produk	<ul style="list-style-type: none">➤ Memiliki beberapa variasi, antara lain Indomie GeprekKribo Ayam dengan Nasi Lelekribo, Nasi Goreng Ayam GeprekKribo, Ifumie, dan Nasisoto.➤ Saus sambalnya juga sama pedasnya, jadi bisa dipisah kalau kurang pedas.
Price	Cukup memiliki harga seadanya, antara Rp. 10.000 dan Rp. 20.000. harga ini diyakini mampu dan terjangkau oleh semua golongan masyarakat
Place	hanya mempunyai satu lokasi saat ini, namun lokasi tersebut sangat penting. Terletak di Jalan Mojopahit, berbatasan dengan sejumlah bangunan dan fasilitas kesehatan. Letaknya juga dekat dengan Medan, kota yang terkenal dengan makanan khasnya, Bika Ambon. sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses booth Banbet.
Promotion	Menawarkan diskon di pasar yang sudah ada seperti ShopeeFood dan Go-food untuk menarik calon pelanggan ke toko. Selain itu, menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk dengan memposting gambar atau video di sana.

Aspek Teknis/Operasional



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Lokasi

- Jl. Mojopahit No.99c, Petisah Tengah, Kota Medan, Sumatera Utara.
- 10 m dekat dengan Bika Ambon Zulaikha.
- 600 km dekat dengan Pasar Petisah.
- 300 km dekat dengan Restoran Koki Sunda.
- 200 km dekat dengan Jl S.Parman.
- 1,1 dekat dengan Rumah Sakit Mitra Medika.
- 1,4 Km dekat dengan SMA Santo Thomas. Skala Produksi

No.	Operasi komersial	Pelaksana Tugas
1	Belanja memerlukan penjualan	Sugiatno
2	Bumbui ayam dengan bumbu	Sugiatno
3	Bersihkan dan siapkan sambalnya	Diki
4	Sanitasi tempat makanan	Diki
5	Menanak nasi	Riatni
6	Menggoreng ayam	Riatni
7	MengantarkanPesanan	Diki

Peralatan atau teknologi yang dipilih adalah sebagai berikut: blender dan magic com, gas elpiji 3 kg, dan kompor gas.

Aspek Pelanggan

Analisis aspek pelanggan terhadap perubahan perilaku pelanggan meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Pengusaha perlu menyadari bagaimana perasaan pelanggan terhadap produk yang ingin mereka beli
2. Pelanggan akan mengembalikan pembelian produk
3. Menjual produk ke pelanggan adalah bukti kesuksesan bisnis
4. Mereka harus menentukan apakah penjualan produk menurun
5. Mereka perlu menjangkau lebih banyak pelanggan potensial
6. Mereka perlu bertindak cepat untuk membalikkan situasi negatif (kecenderungan penurunan penjualan produk/jasa).
7. Agar konsumen dapat mereferensikan barang atau jasanya kepada orang lain atau orang lain yang menggunakan produk serupa, maka pengusaha diharapkan melakukan upaya untuk membuat pelanggan senang.

Aspek Pesaing



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Pengusaha menerapkan taktik berikut untuk mengungguli pesaing di pasar:

1. Menyediakan konsumen dengan produk-produk berkualitas tinggi
2. Menawarkan layanan yang memenuhi kebutuhan mereka; dan
3. Menetapkan harga yang menarik bagi pelanggan.

Berikut ini adalah komponen penting dari aspek kompetitif:

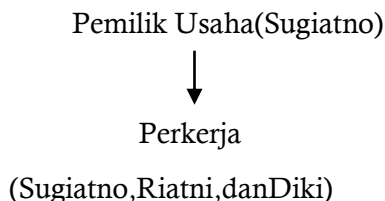
Upaya-upayanya harus dikonsentrasikan pada bidang-bidang yang tidak dapat dicapai oleh pesaingnya. Itu juga harus fleksibel dalam hal desain produk. Terakhir, perlu memiliki rencana harga yang kompetitif dalam hal pemasaran.

Aspek Manajemen

Tahap Perencanaan

Mulailah dengan membuat rencana uang yang akan dikeluarkan dan barang atau alat yang akan dibutuhkan. Selain itu juga diuraikan tujuan, misi, dan visi Nasi Ayam Geprek Kribo (Abo).

Tahap Pengorganisasian



Pembagian Tugas

No.	Kegiatan usaha	Pelaksana Tugas
1	Penjualan diperlukan untuk berbelanja.	Sugiatno
2	Menyiapkan sambal dan membumbui ayam	Sugiatno
3	Mencuci gerobak makanan	Diki
4	Menyiapkan nasi	Diki
5	Penjualan diperlukan untuk berbelanja.	Riatni
6	Menggoreng ayam	Riatni
7	Mengantarkan Pesanan	Diki

Tahap Actuating

Pemilik langsung yang memelopori atau mengkoordinasikan pelaksanaan usaha tersebut. Memberikan instruksi kepada rekan kerja saya tentang cara melakukan tugas yang diberikan agar kegiatan selesai sesuai jalur yang ditentukan. Dibutuhkan waktu sekitar dua bulan dari awal perencanaan hingga pengoperasian bisnis, dan telah berlangsung selama lebih dari dua tahun.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Tahap Pengawasan

Mengevaluasi pekerjaan sesuai dengan standar dan mempertahankan kontrol.

Tahap Evaluasi

Periksa pekerjaan saat ini; jika ada kesalahan, perbaiki; jika memungkinkan, lakukan perbaikan dan perubahan mengingat adanya persaingan dengan pesaing lain di pasar.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek ekonomi warung Banbet untuk memajukan ekonomi dan sebagai tempat favorit bagi masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan pangan dengan membeli dari usaha warung Banbet.

Analisis Dampak Lingkungan Hidup

Usaha yang didirikan tidak akan mencemari lingkungan sekitar. Mengingat limbah dari produk yang ditawarkan bukan limbah seperti dipabrik yang bisa mencemari laut melainkan limbah padat yang mudah di hancurkan seperti dibakar ataupun dikubur.

Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Ayam Geprek Banbet

Dalam perspektif etika bisnis Islam, analisis risiko usaha ayam geprek sangat penting untuk dilakukan. Pelaku usaha dilarang menggunakan segala tindakan yang diperlukan untuk menjalankan usahanya. Oleh karena itu, Ayam Geprek Banbet senantiasa mengutamakan kemaslahatan berbagai pihak karena merupakan pengusaha kuliner yang bekerja berdasarkan prinsip syariah dengan mengembangkan perusahaan yang bermanfaat bagi semua pihak. Oleh karena itu, terapkan pedoman etika perusahaan berikut ini:

1. Tauhid Persatuan, Dalam mengelola suatu perusahaan jangan pernah melupakan kemahakuasaan Allah. Etika Islam berasal dari keyakinan yang utuh dan murni terhadap keesaan atau keesaan Allah. Perpaduan antara unsur agama dan ekonomi akan menggugah manusia menjadi makhluk yang penuh kehati-hatian, rukun, dan konsisten dengan dirinya sendiri. Diantara hal-hal yang penting untuk diingat dalam bekerja adalah wajibnya kita salat.
2. Kehendak Bebas: Meskipun manusia mempunyai kemampuan untuk memilih dan menginginkan berbagai kemungkinan, kebebasan mereka dibatasi karena hanya Tuhan yang memiliki kebebasan tak terbatas. Karena relatif bebasnya mereka dalam memilih, orang terkadang membuat keputusan yang dianggap “benar” dan terkadang membuat keputusan yang “salah”. Oleh karena itu, agar tidak disesatkan oleh kebebasan palsu, seorang pengusaha yang mengaku sebagai seorang Muslim harus selalu mendasarkan segala keputusannya pada kegiatan yang sesuai dengan hukum Islam. Pemilihannya berdasarkan prinsip syariah, seperti halnya warung ayam geprek banbet yang bebas menerapkan struktur koperasi.
3. Tanggung Jawab (Fardh): Setiap orang bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambilnya, jadi kita menggunakan kehendak bebas kita untuk berbuat baik dan menahan diri untuk tidak merugikan orang lain. Kewajiban penjual adalah memuaskan pelanggan, namun jika ada pembeli yang menyampaikan keluhan maka tugas penjual adalah



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



memberikan permintaan maaf, seperti yang terjadi di gerai ayam geprek banbet..

Dalam hal mematuhi peraturan saat menjalankan bisnis Islam, disarankan untuk memprioritaskan komponen halal dalam hal pembelian dan penggunaan. Dengan demikian, etika bisnis Islami yang digunakan oleh Toko Ayam Geprek Banbet dalam operasionalnya.

- hadits tentang berdagang yang jujur:

النَّبِيعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بَوْرَكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَ وَكْتَمَا مَجَّتْ بَرَكَهُ بَيْعُهُمَا

Artinya: “Orang yang bertransaksi jual beli masing-masing memiliki hak khiyar (membatalkan atau melanjutkan transaksi) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli, tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan hilang” (HR Muttafaqun Alaihi)

Dalam berdagang, sudah pasti akan terjadi banyak tawar menawar. Sebagai muslim, hukumnya wajib untuk bersikap jujur dan tidak merugikan pihak pembeli.

- Hadits tentang berdaganglah dengan percaya diri, kata Nabi:

عن عبد الله ابن عمر رضي الله عنه: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وَفِي رِوَايَةٍ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّيِّغِينَ وَالشُّهَدَاءِ - يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه و الدارقطني و غير هم

Artinya: “Dari Abdullah bin Umar radhiallahu anhu bahwa Rasuluillah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nant).

4. KESIMPULAN

Tujuan dari Pengabdian masyarakat di Warung Ayam Geprek Banbet ini adalah untuk memberikan masukan dalam menjalankan usaha baru agar tetap bertahan dan lebih berkembang dengan memberi penjelasan resiko dari intern maupun dari ekstern, juga dari sisi etika Bisnis dalam perspektif Etika Bisnis Islam. Risiko selalu dikaitkan dengan potensi terjadinya kejadian yang tidak diantisipasi atau tidak diinginkan. Dengan kata lain, risiko adalah kemungkinan terjadinya hasil yang negatif. Kemampuan mitigasi risiko sangat penting bagi pengusaha karena akan mempengaruhi kemajuan perusahaan di masa depan. Analisa aspek yang diimplementasikan warung ayam geprek Banbet yaitu : Aspek keuangan, Aspek potensi pasar, Aspek teknis/operasional, Aspek pelanggan, Aspek pesaing, Aspek manajemen, Aspek ekonomi dan social. Dalam perspektif etika bisnis Islam, analisis risiko usaha ayam geprek sangat penting untuk dilakukan. Pelaku usaha dilarang menggunakan segala tindakan yang diperlukan untuk menjalankan usahanya. Oleh karena itu, penerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnis Ayam Geprek Banbet sebagai pengusaha kuliner sangat diharapkan, dan memastikan semua orang mendapatkan manfaat dari penerapannya.

DAFTAR PUSTAKA

Ellent Failenggo, 2021, *Analisis Risiko Proses Produksi Pabrik Tahu Kharisma*, Universitas Putra Batam.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



- Eric Lionel, 2023. *Analisis Manajemen Risiko Pada Malaya Cafe*, Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, Vol.3, No.1.
- Fikra Terisha Azzikra, 2023. *Analisis Manajemen Risiko Finansial Terhadap Pom Coffee Room pada Saat Resesi Tahun 2023*, MAMEN (Jurnal Manajemen) Vol. 2 No. 1.
- Gustina Sri Rahayu, 2020. *Analisa Prospek Usaha Ayam Penyet Dan Peranannya Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Helviani, 2023. *Manajemen Risiko Usaha Mikro*, Sembilanbelas November University, Yayasan Cendikia Mulia Mandiri
- Hidayat, Wastam Wahyu. 2020. *Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Pena Persada.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Inside From A to Z*. Jakarta: Erlangga
- M Farid Wajdi, *Manajemen Risiko Bisnis UMKM Di Kota Surakarta*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 16, Nomor 2, Desember 2012.
- Muhammad H.Mubarok. 2009. *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis Dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Pinta blog. 2013. *Pengembangan Usaha*.
- Windiana, Magdalena. 2022. *Pengertian dan Strategi Pengembangan Usaha*.