

Identifikasi Komponen-komponen Bisnis Model dan Reputasi Berbasis Manajemen Risiko Danau Cipondoh Tangerang di PKBM Cipta Cendikia Cipondoh Tangerang

¹Joko Prasetyo, ²Prama Indra Ishwara, ³Iman Lubis

Prodi Manajemen S1, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Email: ¹dosen01924@unpam.ac.id, ²dosen01127@unpam.ac.id,
³dosen01479@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan PKM ini adalah mengidentifikasi komponen-komponen bisnis model dan reputasi berbasis manajemen risiko ekowisata Danau Cipondoh. Metode PKM dengan ceramah dan menggunakan perangkat papan tulis dan proyektor. PKM ini dihadiri oleh 20 warga PKBM paket B dengan narasumber Iman Lubis, S.E., M.S.M., Joko Prasetyo. S.Pd., M.Pd. dan Prama Indra Ishwara, S.E., M.M. Pembahasan model bisnis terbagi atas 4 dimensi yaitu *customer*, *resource*, *offering*, dan *resilience*. Sedangkan komponen reputasi terbagi atas aktivitas, standar, etika, dan kapabilitas. Pentingnya model bisnis dan reputasi untuk ketahanan usaha membuat PKM ini menjadi lebih jelas tujuannya. Selain itu, strategi diversifikasi pendapatan, keterlibatan komunitas lokal dan pengelolaan risiko sangat penting diedukasi untuk meningkatkan kesadaran akan kelanjutan dari ekowisata Danau Cipondoh. Beberapa masukan dari narasumber ke warga PKBM paket B adalah perlunya penguatan manajemen risiko, inovasi dalam aktivitas wisata, peningkatan infrastruktur, kolaborasi strategis dan peningkatan pemasaran lewat media sosial, platform e-commerce dan kampanye kesadaran lingkungan.

Kata Kunci: Model Bisnis; Reputasi Bisnis, Ekowisata Danau Cipondoh, Komunitas Lokal.

ABSTRACT

The purpose of this PKM is to identify the components of the business model and reputation based on risk management of Cipondoh Lake ecotourism. The PKM method is with lectures and using whiteboards and projectors. This PKM was attended by 20 PKBM package B residents with speakers Iman Lubis, S.E., M.S.M., Joko Prasetyo. S.Pd., M.Pd. and Prama Indra Ishwara, S.E., M.M. The discussion of the business model is divided into 4 dimensions, namely customer, resource, offering, and resilience. While the reputation component is divided into activities, standards, ethics, and capabilities. The importance of business models and reputation for business resilience makes this PKM's objectives clearer. In addition, income diversification strategies, local community involvement and risk management are very important to educate to increase awareness of the

sustainability of Cipondoh Lake ecotourism. Some inputs from the resource person to the PKBM package B residents are the need to strengthen risk management, innovation in tourism activities, infrastructure improvement, strategic collaboration and increased marketing through social media, e-commerce platforms and environmental awareness campaigns.

Keywords: Business Model; Business Reputation, Cipondoh Lake Ecotourism, Local Community.

1. PENDAHULUAN

Pada PKM ini kami fokus kepada ekowisata di Danau Cipondoh. Beberapa pkm sudah dilakukan di danau Cipondoh. Pelatihan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Wirausaha di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang telah dilakukan. Melalui kegiatan ini para pelaku usaha termotivasi dalam membuat manajemen keuangan meliputi dana yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha, cara mendapatkan dana usaha, cara mengolokasikan dana yang terbatas, cara mengelola modal kerja, cara membuat laporan keuangan sederhana dan alat yang digunakan mengukur kinerja usaha (Ratnaningtyas & Swantari, 2021).

Pelatihan Memasarkan Produk ke Media Sosial untuk Pelaku Wirausaha Destinasi Wisata Danau Cipondoh. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan pemasaran produk dengan media sosial Facebook dan Instagram sebagai strategi pelaku wirausaha warung makan Danau Cipondoh dalam meningkatkan penjualan. Kegiatan ini diikuti oleh 29 pelaku usaha.(Heny et al., 2022)

Penyuluhan dan Pelatihan Cara Mendapatkan Pinjaman Kredit dari Bank Kepada Pelaku Wirausaha di Destinasi Wisata Danau Cipondoh, Banten. kegiatan ini melibatkan 27

orang pelaku wirausaha, kegiatan ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan, pelatihan dan konsultasi. Kegiatan ini meliputi bagaimana cara pelaku wirausaha tidak sulit meminjam kredit perbankan, langkah mudah agar pelaku wirausaha mendapatkan modal usaha dari bank dan cara membuat proposal(Ratnaningtyas et al., 2022).

Analisis Sembilan Komponen Model Bisnis Ekowisata Internasional di Desa Gubugklakah, Studi ini memiliki tujuan yaitu untuk menjawab peluang dalam hal penyusunan model bisnis sebagai langkah awal pengembangan kawasan ekowisata Kawasan Gubugklakah sebagai ekowisata internasional dari ke 9 komponen meliputi yaitu Segmentasi Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan,- Sumber Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktifitas Utama, Mitra Kerja Utama dan Struktur Biaya(Anggara, 2016).

Business Model Canvas Wisata Hutan Mangrove Gunung Anyar menggunakan beberapa indikator, yaitu, mitra kunci, aktivitas kunci, keutuhan nilai, hubungan pelanggan, dan segmentasi pelanggan. Mitra kunci adalah pemerintah, komunitas, kenitraan agen dan lembaga pendidikan. Aktivitas Kunci adalah pelayanan, pemeliharaan dan

perawatan; promosi dan pemasaran, program edukasi wisata, kegiatan konservasi, dan penyediaan pemandu wisata. Keutuhan nilai adalah wisata alam di kota besar, keindahan alam hutan mangrove, tiket murah, akses tempat yang mudah, dan edukasi lingkungan mangrove, dan penyewaan perahu berkeliling mangrove. Hubungan pelanggan adalah pelayanan yang ramah dan informatif, kemudahan saluran komunikasi, dan review rating dan evaluasi. Segmentasi pelanggan adalah wisatawan domestik, wisatawan internasional, pelajar dan mahasiswa, wisatawan keluarga, dan komunitas dan organisasi. Sumber Daya Kunci adalah SDA, SDM, dan teknologi Informasi. Channel adalah website, medsos, google maps, dan promosi melalui iklan, pameran, mitra. Struktur biaya adalah biaya operasional, biaya pemeliharaan, gaji staff, dan biaya pemasaran dan promosi. Aliran penghasilan adalah tiket masuk wisata, penjualan souvenir, makanan, minuman, dan produk terkait lingkungan, dan paket wisata berdasarkan aktivitas (Setiawan et al., 2024).

Beberapa artikel yang disebutkan pendalaman reputasi yang jarang sekali dijelaskan. Reputasi yang dipersepsikan dalam hubungan, personalitas dan nilai masing-masing elemen dalam merek mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan jasa (Upamannyu et al., 2015). Reputasi perusahaan dibangun dalam tiga hal yakni hubungan perusahaan terhadap lingkungan, pelanggan dan pekerja serta filantropi mampu menumbuhkan nilai kepuasan dalam

masyarakat terhadap layanan perusahaan (Dawood, 2019).

Risiko yang dihadapi ekowisata juga harus diperhatikan karena berhubungan dengan lancarnya bisnis dan reputasi perusahaan. Seperti layaknya suatu industri, risiko juga dihadapi dalam pengelolaan ekowisata bakau. Risiko alam seperti abrasi dari gelombang air laut merupakan risiko alam yang tidak dapat dihindari selain faktor lain seperti adanya pemukiman masyarakat (Indarsih & Masruri, 2019). Untuk itu upaya dari berbagai pihak yang berkepentingan untuk memitigasi risiko perlu dilakukan secara profesional. Dalam hal ini, mitigasi dapat dibedakan dalam dua kategori yaitu mitigasi fisik dan non-fisik. Mitigasi fisik atau sering juga disebut dengan mitigasi struktural berkaitan dengan upaya meminimalkan dampak yang terjadi karena faktor fisik seperti bencana alam. Biasanya, aksi ini dilakukan melalui pembangunan infrastruktur berbasis teknologi. Sedang mitigasi non fisik atau non-struktural yang merupakan upaya mitigasi untuk mereduksi dampak karena faktor, misalnya kebijakan, dapat dilakukan melalui pengembangan pengetahuan seperti peningkatan kapabilitas masyarakat melalui perencanaan tanggap darurat (Heniwati et al., 2023).

2. PERMASALAHAN MITRA

Identifikasi masalah adalah permasalahan siswa/i PKBM Cipta Cendikia. Latar belakang putus sekolah menjadi alasan siswa-siswi

PKBM Cipta Cendikia mengikuti pembelajaran. Kendala ekonomi bisa menjadi alasan terbesar bagi mereka. Untuk meningkatkan kesejahteraan maka penulis menyadari pentingnya mereka mengetahui komponen model bisnis dan reputasi berbasis manajemen risiko danau Cipondoh

Tujuan PKM ini mensosialisasikan komponen-komponen model bisnis ekowisata danau Cipondoh di PKBM Cipta Cendikia. Kemudian kami mensosialisasikan komponen-komponen reputasi ekowisata danau Cipondoh di PKBM Cipta Cendikia. Kami menjelaskan hubungan manajemen risiko dan model bisnis ekowisata danau Cipondoh Kami menjelaskan hubungan manajemen risiko dan reputasi ekowisata di PKBM Cipta Cendikia.

3. METODOLOGI

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan tiga tahap:

1. Tahap persiapan. Pada tahapan ini dilakukan survei lokasi, melihat langsung kondisi situasi objek, agar memperoleh informasi terkait tingkat kebutuhan para siswa pada Pemasaran Digital dan Penyusunan Laporan Keuangan. Dalam tahap ini juga, para dosen berkomunikasi dengan civitas sekolah, yakni Kepala Sekolah, guru-guru, dan siswa.
2. Tahap pelaksanaan. Pada tahapan ini difokuskan pada menyiapkan semua kebutuhan kegiatan. Semisal membuat rancangan anggaran biaya

(RAB), proposal PKM, penyusunan materi pelatihan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar dan literasi keuangan.

3. Selanjutnya mensinkronisasi waktu pelaksanaan kegiatan oleh pihak sekolah, yang direncanakan pada 11 – 13 Oktober 2024. Komunikasi dengan pihak sekolah juga berkaitan dengan izin yang diberikan kepada tim/kelompok (Dosen Universitas Pamulang) untuk melaksanakan PKM di PKBM Cipta Cendikia. Selanjutnya tim akan membuat power point, piagam, Sertifikat, spanduk dan lain lain yang mensupport kegiatan ini.
4. Tahap evaluasi, pada tahap ini dilakukan evaluasi atas hasil yang dicapai oleh peserta pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari kegiatan pelatihan. Data diperoleh dengan menarik kesimpulan pemahaman para siswa dari kemanfaatan PKM yang kami lakukan.
5. Tahap penyusunan laporan. Pada tahap ini pelaksana PKM melaporkan kegiatannya kepada pihak Universitas Pamulang (Unpam) sekaligus sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus publikasi di jurnal PKM dan berita.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 11-13 Oktober 2024, Acara PKM dihadiri oleh 20 warga PKBM paket B dan diisi oleh para narasumber yaitu Joko Prasetyo S.Pd. M.Pd, Prama Indra Ishwara, S.E., M.M., dan Iman Lubis, S.E., M.S.M. Topik yang dibahas untuk

Prama Indra Ishwara, S.E., M.M. dan Iman Lubis, S.E., M.S.M. yaitu komponen model bisnis dan topik Joko Prasetyo, S.Pd. M.Pd., adalah komponen reputasi.

Komponen model bisnis

- Pelanggan mencakup analisis segmen pelanggan, perekrutan dan retensi, serta bagaimana produk atau layanan akan diberikan.
- Penawaran mengacu pada proposisi nilai pelanggan dan manfaat terkait yang diberikan kepada pelanggan tersebut.
- Sumber daya mencakup data, kapabilitas, dan aset organisasi, serta kemitraan dan jaringan.
- Ketahanan organisasi adalah reputasi (berdasarkan etos dan budaya) dan ketahanan finansial (berdasarkan pengeluaran dan pendapatan).

Pentingnya model bisnis adalah bahwa model tersebut menggambarkan bagaimana proses inti operasional dan kepatuhan bekerja sama untuk memberikan pengalaman pelanggan. Penting bagi organisasi untuk memahami model bisnis, sehingga mereka dapat melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) terhadap model bisnis yang ada. Penilaian risiko terhadap model bisnis yang ada akan memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi efisiensi pengaturan yang ada dan

mengidentifikasi kejadian yang dapat mengganggu penyampaian penawaran yang efisien, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepatuhan.

Penting untuk dicatat bahwa model bisnis mewakili mekanisme yang ada untuk penyampaian penawaran pelanggan dan memberikan deskripsi tentang aktivitas operasional dan kepatuhan. Penilaian risiko terhadap model bisnis yang ada akan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi opsi untuk perbaikan terhadap penawaran pelanggan dan/atau model bisnis. Identifikasi model bisnis yang diperbarui akan mewakili posisi strategis yang ingin dicapai oleh organisasi.

Model bisnis bisa sangat rumit dan memiliki banyak ketergantungan, termasuk pemasok dan fasilitas yang dialihdayakan. Kelemahan dan inefisiensi dalam model bisnis yang ada perlu diidentifikasi dan analisis model bisnis merupakan cara tambahan untuk melakukan penilaian risiko. Pentingnya ketahanan dalam model bisnis dipertimbangkan di bagian berikutnya. Faktor lain yang penting dalam model bisnis terkait dengan reputasi dan perdagangan yang etis. Pertimbangan khusus bagi banyak organisasi adalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam rantai pasokan. Analisis model bisnis akan memungkinkan organisasi untuk menilai rantai pasokan dan mengidentifikasi risiko yang tertanam, termasuk risiko etika yang dapat merusak reputasi organisasi.

Manajemen risiko dan Model Bisnis serta Reputasi

Setiap komponen model bisnis dapat dikenakan penilaian risiko. Model bisnis menggambarkan bagaimana organisasi memenuhi visi dan pernyataan misinya, serta tujuan dan sasarannya. Meskipun penawaran merupakan inti dari model bisnis, titik awalnya sering kali merupakan penilaian segmen pelanggan yang menjadi sasaran penawaran. Risiko terkait dengan mengidentifikasi dan mengamankan pelanggan serta menyediakan layanan dan dukungan pelanggan. Rute dan saluran distribusi sangat penting dalam penyediaan penawaran pelanggan. Penawaran itu sendiri penting dan merupakan inti dari model bisnis. Penting bahwa penawaran memanfaatkan sumber daya dan kemampuan yang tersedia untuk memberikan posisi nilai dan manfaat terkait kepada pelanggan yang dituju. Sifat dan penggunaan sumber daya serta bagaimana sumber daya tersebut disusun menggambarkan sejumlah risiko dan ini harus dievaluasi selama penilaian risiko model bisnis. Bagian penting dari model bisnis adalah ketahanan organisasi, bersama dengan reputasinya. Ada banyak versi alternatif dari model bisnis, tetapi beberapa gagal memberikan profil yang memadai terhadap reputasi organisasi.

Reputasi sering kali menjadi ciri sektor tempat organisasi beroperasi. Reputasi sering kali dianggap sebagai aspek terpenting dari setiap organisasi. Reputasi juga memiliki komponen keberlanjutan di mana suatu organisasi ingin mempertahankan dan/atau meningkatkan reputasinya. Semua model bisnis harus berkelanjutan dan

ini biasanya diwakili oleh keberlanjutan finansial sumber daya dan kebutuhan untuk menyeimbangkan pengeluaran dengan aliran pendapatan. Keberlanjutan sering kali memiliki konteks yang lebih luas dan mungkin juga mencakup pertimbangan lingkungan. Cakupan persyaratan keberlanjutan organisasi dan model bisnisnya perlu dimasukkan dalam penilaian risiko. Penilaian model bisnis akan difokuskan pada bahaya atau risiko operasional, bersama dengan risiko kepatuhan. Untuk mencapai model bisnis yang efektif dan efisien, risiko operasional perlu dikurangi dan risiko kepatuhan perlu diminimalkan.

Berikut adalah komponen presentasi yang diringkas.

1. Target dan Segmentasi Pelanggan

Presentasi menjelaskan berbagai segmen pelanggan yang menjadi target utama, termasuk:

- **Keluarga:** Sebagai pengunjung utama untuk rekreasi.
- **Komunitas:** Grup yang tertarik pada kegiatan sosial atau edukasi.
- **Pelajar:** Sebagai bagian dari wisata edukatif.
- **Wisatawan Ekowisata:** Tertarik dengan pelestarian alam dan budaya lokal.
- **Pecinta Alam dan Fotografer:** Mengapresiasi keindahan alam untuk fotografi atau eksplorasi.

2. Aktivitas Pendukung

Aktivitas pemasaran dan layanan pelanggan mencakup:

- **Digital Marketing:** Penggunaan media sosial, website, dan platform perjalanan online.
- **Kerja Sama:** Kolaborasi dengan agen perjalanan dan hotel di sekitar Tangerang.
- **Event Khusus:** Festival danau, lomba foto, atau kegiatan berbasis lingkungan.

Keterlibatan Masyarakat:

- Masyarakat sekitar dilibatkan sebagai pemandu wisata, pengelola fasilitas, dan pengrajin lokal.
- Pelatihan keterampilan dilakukan untuk meningkatkan layanan.

3. Model Pendapatan

Danau Cipondoh menghasilkan pendapatan dari berbagai sumber, antara lain:

- **Tiket Masuk:** Biaya untuk pengunjung.
- **Sewa Fasilitas:** Penyewaan perahu, sepeda, area piknik, dan lainnya.
- **Kegiatan Edukasi:** Biaya untuk program edukasi lingkungan.
- **Produk Lokal:** Penjualan makanan, minuman, dan kerajinan lokal.
- **Sponsorship dan CSR:** Kolaborasi dengan

perusahaan untuk program pelestarian.

4. Daya Tarik dan Fasilitas

- **Keindahan Alam:** Danau dengan pemandangan khas dan ekosistem air.
- **Kegiatan Wisata:** Penyewaan perahu, memancing, jogging track, area piknik, dan observasi satwa.
- **Edukasi Lingkungan:** Program tentang konservasi dan ekosistem.
- **Budaya Lokal:** Pameran seni, kerajinan, kuliner khas, dan seni tradisional.

5. Komponen Reputasi

Reputasi Danau Cipondoh dibangun melalui berbagai elemen, antara lain:

- **Keindahan dan Fasilitas:** Danau menawarkan pengalaman rekreasi keluarga dengan area bermain dan aktivitas ramah lingkungan.
- **Peran Lingkungan:** Sebagai habitat flora dan fauna lokal yang membantu menjaga keseimbangan ekosistem.
- **Aksesibilitas:** Lokasi strategis dan tiket masuk terjangkau menarik pengunjung dari Tangerang dan Jakarta.
- **Tantangan:** Masalah utama adalah pengelolaan sampah dan pencemaran. Upaya edukasi untuk menjaga kebersihan sedang ditingkatkan.

6. Kerjasama dan Infrastruktur

- **Kerja Sama dengan Pemerintah:** Untuk pengelolaan dan pengembangan fasilitas.
- **Kolaborasi dengan Komunitas Lingkungan:** Untuk konservasi dan pelestarian habitat lokal.
- **Peningkatan Infrastruktur:** Pembangunan fasilitas dasar seperti toilet, tempat sampah, dan aksesibilitas jalan menuju danau.

Presentasi ini menggambarkan bagaimana manajemen risiko dan pendekatan strategis diterapkan untuk mengelola Danau Cipondoh, termasuk:

- Identifikasi segmen pelanggan.
- Pengelolaan reputasi berbasis pelestarian alam dan komunitas lokal.
- Diversifikasi sumber pendapatan.
- Tantangan utama dalam pengelolaan sampah dan pencemaran.

5. KESIMPULAN

kesimpulan utama terkait model bisnis dan pengelolaan reputasi berbasis manajemen risiko di Danau Cipondoh yang dilakukan di PKBM Cipta Cendikia:

1. Pentingnya Model Bisnis dan Reputasi:
 - Model bisnis yang diterapkan mencakup

elemen penting seperti segmentasi pelanggan, penawaran nilai, pengelolaan sumber daya, dan resiliensi organisasi.

- Reputasi dikelola melalui komitmen terhadap keberlanjutan, keterlibatan masyarakat lokal, dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

2. Strategi Diversifikasi

Pendapatan:

- Pendapatan diperoleh dari berbagai sumber, termasuk tiket masuk, sewa fasilitas, penjualan produk lokal, dan sponsorship.
- Diversifikasi ini menunjukkan pendekatan yang efektif untuk memastikan keberlanjutan finansial dan mendukung kegiatan ekowisata.

3. Keterlibatan Komunitas

Lokal:

- Masyarakat dilibatkan dalam berbagai peran, seperti pemandu wisata, pengrajin, dan pengelola fasilitas, yang membantu meningkatkan keberlanjutan sosial dan ekonomi di sekitar Danau Cipondoh.

4. Pengelolaan Risiko:

- o Tantangan utama berupa pencemaran dan pengelolaan sampah telah diidentifikasi sebagai risiko utama. Upaya edukasi dan pelibatan masyarakat menjadi langkah mitigasi penting.

5. Manfaat Edukasi:

- o Pelatihan dan penyuluhan kepada pelaku wirausaha lokal telah meningkatkan kesadaran tentang manajemen risiko, pemasaran digital, dan pelaporan keuangan.

Heny, H. R., Oktavia, R. C. D., Swantari, A., & Herienda, F. (2022). Pelatihan Memasarkan Produk Ke Media Sosial Untuk Pelaku Wirausaha Destinasi Wisata Danau Cipondoh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(2), 81–88.

Ratnaningtyas, H., & Swantari, A. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Wirausaha di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3(1), 39–44.

Ratnanningtyas, H., Nurbaeti, N., & Swantari, A. (2022). Penyuluhan dan Pelatihan Cara Mendapatkan Pinjaman Kredit dari Bank Kepada Pelaku Wirausaha di Destinasi Wisata Danau Cipondoh, Banten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 23–29.

Setiawan, W. A., Auliyah, F. F., Putri, S. S., & Ikaningtyas, M. (2024). IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).

Upamannyu, N. K., Bhakar, S. S., & Gupta, M. (2015). Effect of corporate image on brand trust and brand affect. *International Journal of Applied Science-Research and Review*, 2(1), 20–33.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Pimpinan PKBM Cipta Cendikia yang telah memberikan tempat untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

Anggara, F. S. A. (2016). Analisis Sembilan Komponen Model Bisnis Ekowisata Internasional di Desa Gubugklakah. *Al Tijarah*, 2(1), 69–93.

Dawood, H. (2019). *Influence of perceived corporate social responsibility on brand image, satisfaction and trust*.

Heniwati, E., Haryono, H., Helmi, S. M., Noviarty, H., & Hamsyi, N. F. (2023). Edukasi Pengelolaan Ekowisata Berbasis Manajemen Risiko Di Mempawah Mangrove Park. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(2), 579–587.