



PENGEMBANGAN HUMAN CAPITAL MELALUI PENINGKATAN KOMPETENSI KERJA SDM PENGELOLA WISATA PANTAI UNTUK MENDUKUNG PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BERKELANJUTAN DI KECAMATAN NONGSA

Rinrin Mardalena¹⁾, Jeffi Mutiara²⁾, Derry Prayogi³⁾, Norma Yunita⁴⁾, Besse Tendri B.E⁵⁾, Rofiandri Alifrahman⁶⁾, Suwarti⁷⁾

^{1,2,3,4,5,6,7)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina

Email: 231061201055@uis.ac.id, jeffi.mutiara@uis.ac.id, 231061201202@uis.ac.id, 231061201110@uis.ac.id, 231061201143@uis.ac.id, 231061201150@uis.ac.id, 231061201186@uis.ac.id

ABSTRAK

Destinasi wisata pantai di Kampung Melayu, Kecamatan Nongsa, Kota Batam dikelola secara swadaya oleh kelompok keluarga dengan keterbatasan kompetensi kerja di bidang pelayanan dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kompetensi kerja sumber daya manusia (SDM) pengelola wisata pantai melalui penguatan pelayanan prima (*service excellence*) dan pemanfaatan pariwisata digital (*digital tourism*), guna mendukung pengelolaan destinasi wisata yang lebih profesional dan berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi lapangan, pendataan profil SDM, penyebaran kuesioner, serta pendampingan langsung terhadap empat pengelola wisata pantai selama empat kali kunjungan. Bentuk intervensi yang diberikan meliputi pelatihan pelayanan prima, simulasi praktik pelayanan (*role play*), pelatihan pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial, serta penyusunan informasi dasar wisata. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengelola mampu mempraktikkan dasar-dasar pelayanan prima dan mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi, meski pemanfaatannya masih bervariasi antarpengelola. Kegiatan ini turut mengungkap bahwa keberhasilan promosi digital tanpa diimbangi kesiapan kapasitas layanan berpotensi menimbulkan tantangan operasional baru. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model pendampingan SDM pariwisata berbasis masyarakat yang dapat direplikasi pada destinasi pesisir serupa.

Kata Kunci: *Human Capital, Kompetensi Kerja, Service Excellence, Digital Tourism, Pariwisata Berkelanjutan*

ABSTRACT

Beach tourism destinations in Kampung Melayu, Nongsa District, Batam City are self-managed by family groups with limited work competencies in service and digital marketing. This community service activity aims to enhance the work competencies of human resources managing beach tourism through strengthening service excellence and utilizing digital tourism, in order to support more professional and sustainable tourism destination management. The activity was carried out through field observation, mapping of human resource profiles, questionnaire distribution, and direct mentoring of four beach tourism managers over four visits. The interventions provided included service excellence training, role-play service simulations, training in digital content creation and social media management, and the preparation of basic tourism information. The results show that managers were able to practice the basics of service excellence and began utilizing social media for promotion, although utilization still varied among managers. The activity also revealed that successful digital promotion without adequate service capacity readiness may pose new operational challenges. This community service activity is expected to serve as a replicable model for community-based tourism human resource mentoring in similar coastal destinations.

Keywords: *Human Capital, Work Competency, Service Excellence, Digital Tourism, Sustainable Tourism.*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Kota Batam, didukung oleh posisi geografis yang strategis karena berbatasan langsung dengan jalur pelayaran internasional serta negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Kecamatan

Nongsa menjadi salah satu pusat destinasi wisata bahari unggulan di Batam, dengan klaster wisata pantai di Kampung Melayu, Kelurahan Batu Besar, yang mencakup sejumlah titik pantai seperti Tok Andang, Teripantai, Ayiris, dan Icak Ros. Setiap titik dikelola secara swadaya oleh kelompok kecil berbasis ikatan kekerabatan pola yang lazim disebut pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) dengan personel yang terbatas pada masing-masing lokasi. Kedekatan geografis kawasan ini dengan Bandara Internasional Hang Nadim turut menjadikannya lokasi alternatif strategis bagi wisatawan domestik maupun mancanegara di sela waktu transit.

Karakteristik pengelolaan swadaya semacam ini bukan fenomena tunggal. Pola serupa juga teramati pada komunitas pesisir Nhon Ly di Vietnam, di mana pariwisata berbasis masyarakat terbukti mampu meningkatkan taraf hidup warga melalui peralihan mata pencaharian dari nelayan menjadi pelaku wisata, namun pengembangannya cenderung berjalan spontan tanpa kebijakan tata kelola yang benar-benar terimplementasi di tingkat komunitas (Quang et al., 2023). Pola yang sama tampak pada profil pengelola wisata pantai di Kampung Melayu: hasil pendataan awal terhadap empat pengelola pantai menunjukkan rentang usia 27 hingga 57 tahun dengan latar belakang pendidikan yang beragam, mulai dari sekolah dasar hingga sarjana, dan sebagian besar telah menekuni pengelolaan wisata lebih dari enam tahun tanpa pernah mengikuti pelatihan formal di bidang pelayanan maupun pemasaran.

Hasil observasi dan wawancara awal mengungkap dua permasalahan mitra yang mendesak untuk ditangani. Pertama, penerapan pelayanan prima (*service excellence*) belum optimal keramahan petugas belum konsisten, respons terhadap wisatawan belum cepat, dan penanganan keluhan belum optimal, sehingga wisatawan berpotensi tidak memperoleh pengalaman terbaik selama berkunjung. Kondisi ini sejalan dengan temuan pada destinasi wisata edukasi lain di Indonesia, di mana standar pelayanan yang telah diatur secara formal kerap belum diimplementasikan secara konsisten di lapangan (Maharani et al., 2023). Kedua, pemanfaatan digital tourism masih minim; media sosial belum dikelola secara aktif dan promosi destinasi masih sangat bergantung pada informasi dari mulut ke mulut. Kesenjangan ini konsisten dengan simpulan bahwa pengelolaan pariwisata digital di Indonesia secara umum masih tertinggal dibandingkan negara lain (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023).

Akar dari kedua persoalan tersebut dapat ditelusuri pada lemahnya pengembangan sumber daya manusia (*human capital*) pengelola wisata. Sebagaimana diungkap dalam kajian pada sektor pariwisata di daerah berkembang, potensi wisata lokal yang kaya sering kali tidak dimanfaatkan secara optimal akibat kurangnya keterampilan tenaga kerja setempat dan minimnya infrastruktur pelatihan yang tersedia (Simarmata, 2024). Dalam kerangka *human capital theory*, investasi pada kompetensi kerja terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan pengembangan pariwisata, meskipun besarnya pengaruh tersebut bervariasi tergantung jenis kompetensi yang diperkuat (Bindawas, 2025). Kualitas layanan sendiri dipahami sebagai kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima, dan telah diukur secara sistematis sejak dikembangkannya model SERVQUAL pada dekade 1980-an (Coronel, 2025). Sementara itu, efektivitas promosi digital sangat ditentukan oleh jenis konten yang dikonsumsi wisatawan, baik konten buatan pengelola maupun konten buatan pengunjung lain, sehingga pelaku usaha wisata skala kecil disarankan memanfaatkan keduanya secara seimbang (Alnajim & Fakieh, 2023). Pada gilirannya, keberlanjutan sebuah destinasi wisata turut ditentukan oleh bagaimana dampak lingkungan dikelola secara proaktif, mengingat destinasi wisata alam di Indonesia rentan terhadap degradasi akibat aktivitas pariwisata yang tidak diiringi sistem pengelolaan lingkungan memadai (Sana, 2025).

Berbagai upaya pengembangan SDM pariwisata telah dilakukan di berbagai daerah, namun umumnya terbatas pada satu dimensi kompetensi saja, tanpa mengintegrasikan penguatan pelayanan dan literasi digital secara bersamaan pada destinasi pesisir berbasis masyarakat yang berlokasi di kawasan transit wisatawan internasional. Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kompetensi kerja SDM pengelola wisata pantai melalui pelatihan *service excellence* dan *digital tourism*, guna mendukung pengelolaan destinasi wisata pantai yang lebih profesional dan berkelanjutan di Kecamatan Nongsa, Kota Batam.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Mitra kegiatan adalah empat pengelola wisata pantai di Kampung Melayu, Kelurahan Batu Besar, Kecamatan Nongsa, yaitu pengelola Pantai Tok Andang, Pantai Teripantai, Pantai Ayiris, dan Pantai Icak Ros, yang dipilih secara purposive berdasarkan pengalaman langsung dalam operasional harian destinasi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner berskala Likert. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi kompetensi kerja mitra sebelum dan setelah pendampingan. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan PKM sebagai berikut:

1. Identifikasi mitra dan analisis kebutuhan, dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan keempat pengelola untuk mengidentifikasi kondisi pelayanan, pemanfaatan media digital, serta kendala operasional, dilengkapi kuesioner profil SDM guna menentukan kebutuhan pelatihan yang paling relevan.
2. Perancangan materi dan desain kegiatan, materi disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan serta kajian literatur terkait *human capital*, *service excellence*, dan *digital tourism*, dengan desain kegiatan mencakup penyampaian konsep, simulasi praktik, dan pendampingan teknis bertahap.
3. Pelaksanaan pelatihan *service excellence*, dilakukan melalui penyampaian materi pelayanan prima secara tatap muka pada setiap kunjungan Sabtu, mencakup enam dimensi pelayanan: keramahan, kecepatan, komunikasi, penanganan keluhan, penampilan, dan kebersihan fasilitas.
4. Simulasi dan pendampingan teknis, mencakup simulasi praktik pelayanan (*role play*) untuk memperkuat materi pelatihan, serta pendampingan pembuatan konten digital, pengelolaan akun media sosial, dan pendaftaran lokasi pada *Google Maps*.
5. Evaluasi dan analisis data, dilakukan melalui kuesioner persepsi diri pengelola terhadap kompetensi kerja pasca-pendampingan, wawancara terbuka mengenai kendala dan kebutuhan lanjutan, serta observasi lapangan pada kunjungan berikutnya untuk mengonfirmasi perubahan praktik di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Mitra dan Analisis Kebutuhan

Tahap identifikasi mitra dilakukan melalui observasi lapangan serta wawancara dengan keempat pengelola wisata pantai. Hasil identifikasi menunjukkan profil mitra yang bervariasi: rentang usia 27-57 tahun, latar belakang pendidikan dari sekolah dasar hingga sarjana, dan pengalaman kerja dari kurang dari satu tahun hingga lebih dari enam tahun. Observasi awal mengungkap bahwa keramahan petugas belum konsisten, respons terhadap wisatawan belum

cepat, penanganan keluhan belum optimal, dan media sosial belum dikelola secara aktif oleh sebagian pengelola.



Gambar 1. Observasi dan Wawancara Awal dengan Pengelola Wisata Pantai

Kondisi ini konsisten dengan temuan bahwa standar pelayanan yang belum terimplementasi secara konsisten kerap ditemukan pada destinasi wisata berbasis masyarakat di Indonesia (Maharani et al., 2023). Hasil identifikasi ini menjadi dasar penentuan dua fokus utama kegiatan: penguatan service excellence dan penerapan digital tourism.

2. Perancangan Materi dan Desain Kegiatan

Materi pelatihan dirancang berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra serta kajian literatur mengenai *human capital theory*, yang menegaskan bahwa investasi pada kompetensi kerja memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan pariwisata (Bindawas, 2025). Rancangan materi dan desain kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perancangan Materi dan Desain Kegiatan PKM

Komponen Materi	Fokus Pembahasan	Metode Penyampaian	Output yang Diharapkan
<i>Service Excellence</i>	Keramahan, kecepatan pelayanan, komunikasi, penanganan keluhan	Ceramah dan diskusi	Pemahaman dasar pelayanan prima
Simulasi Pelayanan	Skenario menyambut wisatawan, menjawab pertanyaan, menangani keluhan	<i>Role play</i>	Kemampuan praktik pelayanan
<i>Digital Tourism</i>	Pembuatan konten, pengelolaan akun media sosial, pendaftaran Google Maps	Demonstrasi dan pendampingan	Kemampuan dasar promosi digital
Penguatan Informasi Wisata	Jam operasional, fasilitas, kontak pengelola	Pendampingan penyusunan	Ketersediaan informasi dasar wisata

3. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan Service Excellence

Pelatihan pelayanan prima disampaikan secara bertahap pada setiap kunjungan Sabtu, menyesuaikan waktu luang pengelola di sela kesibukan melayani wisatawan. Pengelola dilatih cara menyapa dan menyambut wisatawan dengan ramah, mempercepat proses pelayanan, menjelaskan informasi wisata secara jelas dan sopan, serta merespons keluhan secara tenang dan solutif.

Pengelola juga diberi arahan mengenai pentingnya penampilan yang rapi dan kebersihan fasilitas, karena kedua hal ini memengaruhi kesan pertama wisatawan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep kualitas layanan sebagai kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, yang telah menjadi tolok ukur baku dalam mengukur kualitas pelayanan di sektor jasa (Coronel, 2025).

4. Simulasi dan Pendampingan Teknis

Sebagai tindak lanjut pelatihan, dilakukan simulasi praktik pelayanan (*role play*) di mana pengelola mempraktikkan langsung skenario menyambut wisatawan, menjawab pertanyaan seputar fasilitas atau harga, hingga menangani keluhan sederhana seperti komplain fasilitas kotor. Secara paralel, dilakukan pendampingan digital tourism: pengelola dilatih membuat konten foto dan video sederhana menggunakan ponsel pribadi, mengelola akun Instagram dan Facebook, mendaftarkan lokasi pada Google Maps, serta menyusun caption dan tagar yang relevan.

Tim juga membantu menyusun informasi dasar wisata seperti jam operasional, fasilitas, dan kontak pengelola. Hasil pendampingan menunjukkan tingkat adopsi yang bervariasi satu pengelola berhasil membuat konten yang viral di TikTok namun mengaku belum berani mengundang influencer karena khawatir lonjakan pengunjung tidak dapat ditangani secara sistematis, sementara pengelola lain masih belum memiliki akun media sosial resmi hingga akhir program. Variasi ini memberi nuansa tambahan terhadap studi UMKM pariwisata di Arab Saudi, yang menunjukkan bahwa baik konten buatan pengelola maupun konten buatan pengunjung sama-sama efektif memengaruhi niat wisatawan menggunakan media sosial untuk merencanakan perjalanan (Alnajim & Fakieh, 2023) dalam konteks Nongsa, tantangan bergeser dari kemampuan membuat konten menuju kesiapan kapasitas layanan untuk menampung dampak promosi yang berhasil.

5. Hasil Evaluasi dan Analisis Data

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner persepsi diri pengelola pasca-pendampingan terhadap 16 item kompetensi kerja, dilengkapi wawancara terbuka dan observasi lapangan pada kunjungan berikutnya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tiga dari empat pengelola (Dahniar, Theria D. Dharma, Zailan Abas) secara konsisten menilai diri telah memahami dan mampu menerapkan prinsip pelayanan prima, sementara satu pengelola dengan pengalaman kerja kurang dari satu tahun (Ayu Sintiawati) menunjukkan penilaian yang lebih kritis terhadap kendala struktural seperti keterbatasan dana dan sarana. Observasi lapangan pada kunjungan pendampingan lanjutan mengonfirmasi bahwa pengelola mulai mempraktikkan sapaan ramah dan penanganan keluhan yang lebih tenang, namun standar operasional prosedur (SOP) tertulis untuk kebersihan, keamanan, dan penanganan keluhan masih belum tersedia secara formal di seluruh lokasi mitra. Pola evaluasi berbasis persepsi diri dan observasi kualitatif ini konsisten dengan pendekatan yang digunakan pada studi pelayanan prima di destinasi wisata edukasi Indonesia, yang juga mengandalkan penilaian kualitatif ketimbang pengukuran terstandarisasi (Maharani et al., 2023).

6. Implikasi dan Pengembangan Kegiatan Lanjutan

Hasil kegiatan ini memiliki implikasi penting terhadap penguatan human capital pengelola wisata pantai berbasis masyarakat. Sebagaimana ditegaskan dalam kajian pengembangan SDM pariwisata di daerah berkembang, potensi wisata lokal yang kaya sering kali tidak termanfaatkan optimal justru karena kurangnya keterampilan tenaga kerja setempat, bukan karena minimnya potensi itu sendiri (Simarmata, 2024). Implikasi praktisnya, pengelola memerlukan pendampingan berkelanjutan yang tidak terbatas pada satu hari per minggu agar proses internalisasi kompetensi berjalan lebih optimal. Ketergantungan pengelola terhadap kondisi alam pesisir turut menegaskan bahwa penguatan human capital perlu diiringi penguatan pengelolaan lingkungan, mengingat destinasi wisata alam di Indonesia rentan terhadap degradasi akibat aktivitas pariwisata yang tidak diiringi sistem pengelolaan lingkungan memadai (Sana, 2025).



Gambar 2. Foto Bersama Tim KPM dan Pengelola Wisata Pantai Kecamatan Nongsa.

Kegiatan lanjutan yang direkomendasikan mencakup pendampingan intensif penyusunan SOP pelayanan tertulis, penguatan kesiapan operasional sebelum perluasan promosi digital, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk mendukung tata kelola destinasi berbasis masyarakat, sejalan dengan tantangan kelembagaan yang juga ditemukan pada komunitas pesisir berbasis masyarakat di Vietnam (Quang et al., 2023).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kompetensi kerja SDM pengelola wisata pantai di Kecamatan Nongsa melalui pelatihan pelayanan prima dan pendampingan digital tourism. Pengelola mampu mempraktikkan dasar-dasar pelayanan prima dan mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi destinasi, meski tingkat keberhasilannya masih bervariasi antarpengelola tergantung latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja masing-masing. Kegiatan ini turut mengungkap temuan penting bahwa keberhasilan promosi digital tanpa diimbangi kesiapan kapasitas layanan berpotensi menimbulkan tantangan operasional baru, sehingga penguatan human capital perlu dilakukan secara menyeluruh, bukan hanya pada satu dimensi kompetensi saja.

SARAN

Bagi pengelola wisata pantai, disarankan menyusun standar operasional prosedur tertulis secara sederhana untuk pelayanan, kebersihan, dan keamanan, serta secara bertahap membangun kesiapan operasional sebelum memperluas promosi digital lebih lanjut. Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, disarankan memberikan dukungan berkelanjutan berupa fasilitasi legalitas usaha, pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan tidak terbatas pada satu hari per minggu, serta skema pembiayaan mitigasi bencana pesisir. Bagi program pengabdian selanjutnya, disarankan memperpanjang durasi pendampingan dan memperluas cakupan mitra guna memperoleh dampak yang lebih menyeluruh dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alnajim, R. A., & Fakieh, B. (2023). A Tourist-Based Framework for Developing Digital Marketing for Small and Medium-Sized Enterprises in the Tourism Sector in Saudi Arabia. *Data*, 8(12). <https://doi.org/10.3390/data8120179>
- Bindawas, A. M. (2025). Promoting Sustainable Tourism Through Employee Skills: Contextualizing Quality Education and the Human Resource Management Perspective (SDG-4). *Sustainability (Switzerland)*, 17(2). <https://doi.org/10.3390/su17020748>
- Coronel, P. J. P. (2025). Exploring Excellence: A Literature Review on Service Quality in the Hospitality Industry. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 6(1), 281–288. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.01.06.20>
- Maharani, M. E., Murtini, W., & Indrawati, C. D. S. (2023). Analisis sistem pelayanan prima untuk wisatawan di balai pelestarian situs manusia purba Sangiran. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 7(5), 471. <https://doi.org/10.20961/jikap.v7i5.55619>
- Quang, T. D., Nguyen, Q. X. T., Van Nguyen, H., Dang, V. Q., & Tang, N. T. (2023). Toward sustainable community-based tourism development: Perspectives from local people in Nhon Ly coastal community, Binh Dinh province, Vietnam. *PLoS ONE*, 18(10 October), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287522>
- Sana, I. N. L. (2025). Strategi Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan untuk Mengurangi Dampak Lingkungan di Destinasi Wisata Alam Indonesia. *Mandalika Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 24–36. <https://doi.org/10.59613/mjbms.v3i1.205>
- Simarmata, H. (2024). Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata: Menganalisis Potensi dan Tantangan di Daerah Berkembang. *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 6(2), 174–181. <https://doi.org/10.37278/eprofit.v6i2.951>
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262>