**PENGARUH INOVASI DIGITAL DALAM MENGOPTIMALKAN KINERJA MANAJEMEN SDM DAN MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PERUSAHAAN**

**Erika Yolanda**

Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Islam Syekh Yusuf

annisaluthfiah07@gmail.com

**ABSTRAK**

Inovasi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) dan manajemen pemasaran perusahaan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi digital dalam mengoptimalkan kinerja manajemen SDM dan juga pemasaran di perusahaan. Dengan mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan SDM, seperti contohnya dalam proses rekrutmen, pelatihan, dan manajemen kinerja. Selain itu, inovasi digital juga memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran melalui penggunaan data analitik, otomatisasi pemasaran, dan platform digital yang lebih terhubung dengan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan inovasi digital memberikan dampak yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja manajerial di bidang SDM maupun pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan yang bisa memanfaatkan inovasi digital dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif dan berkembang yang lebih besar di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata kunci: Inovasi digital; manajemen SDM, manajemen pemasaran, kinerja perusahaan, teknologi digital**

**ABSTRACT**

*Digital innovation has brought major changes in various aspects of life, including human resource management (HR) and company marketing management. This article aims to analyze the influence of digital innovation in optimizing the performance of HR management and marketing in companies. By keeping up with the times by utilizing digital technology, companies can increase efficiency and effectiveness in HR management, such as in the recruitment, training and performance management processes. Apart from that, digital innovation also allows companies to optimize marketing strategies through the use of analytical data, marketing automation and digital platforms that better connect with consumers. The results of this research show that the application of digital innovation has a positive and significant impact in improving managerial performance in the fields of HR and marketing. Therefore, companies that can make good use of digital innovation will have a greater competitive advantage and grow in an increasingly competitive market.*

**Key word: *Digital innovation; HR management; marketing management; company performance; digital technology***

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan dan berbagai sektor, termasuk di dunia bisnis dan manajemen. Di tengah pesatnya transformasi digital, organisasi dituntut untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi terbaru agar dapat tetap bersaing di pasar global yang semakin kompetitif. Dalam konteks manajemen organisasi, dua bidang yang sangat dipengaruhi oleh inovasi digital adalah manajemen sumber daya manusia (SDM) dan manajemen pemasaran. Inovasi digital tidak hanya memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan kinerja internal dan eksternal, tetapi juga membuka peluang baru untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Dalam hal manajemen SDM, digitalisasi memberikan pengaruh yang besar terhadap cara-cara tradisional dalam mengelola karyawan. Teknologi digital telah mengubah cara organisasi dalam merekrut, melatih, mengelola kinerja, serta mengembangkan karir dan kepuasan karyawan. Sistem manajemen SDM berbasis digital, seperti penggunaan perangkat lunak untuk penilaian kinerja, analisis data karyawan, dan pengembangan program pelatihan secara online, memberikan kemudahan dalam mengelola sumber daya manusia secara lebih efektif dan efisien. Penggunaan teknologi ini memungkinkan pengelola SDM untuk lebih fokus pada pengembangan potensi karyawan dan penciptaan lingkungan kerja yang lebih produktif, sehingga dapat meningkatkan kualitas kinerja organisasi secara keseluruhan.

Di sisi lain, inovasi digital juga memainkan peran yang sangat penting dalam strategi manajemen pemasaran. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital mendorong perusahaan untuk memanfaatkan teknologi guna menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, memperluas jangkauan pasar, serta mengoptimalkan kampanye pemasaran yang lebih personal dan terukur. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, website, aplikasi mobile, dan analitik data besar (big data), perusahaan dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Teknologi juga memungkinkan pemasaran berbasis data, yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan segmentasi pasar yang lebih akurat dan melakukan pemasaran yang lebih efisien menggabungkan inovasi digital dalam kedua bidang tersebut.

Manajemen SDM dan pemasaran bukan hanya memberikan keuntungan jangka pendek, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing organisasi dalam jangka panjang. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi manajemen mereka cenderung lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar serta lebih mampu menghadapi tantangan yang muncul. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang pengaruh inovasi digital dalam mengoptimalkan strategi kinerja manajemen SDM dan pemasaran menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan kesuksesan dan keberlanjutan bisnis di era digital ini.

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi digital dapat mengoptimalkan strategi kinerja dalam manajemen SDM dan pemasaran, serta menganalisis dampaknya terhadap peningkatan efisiensi, efektivitas, dan daya saing organisasi. Melalui pemahaman ini, diharapkan organisasi dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk mencapai tujuan strategis mereka, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

**METODE**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan suatu metode deskriptif kualitatif, Moleong mengatakan Penelitian kualitatif ialah penelitian yang secara holistik bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, baik itu perilakunya, persepsi, motivasi maupun tindakannya, dan secara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Yuniarsih et al., 2022). Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian merujuk pada pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan atau mengidentifikasi fenomena yang sedang diteliti secara mendalam, tanpa berfokus pada pengukuran numerik atau statistik. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memahami dan memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang sebuah fenomena, peristiwa, atau situasi dalam konteks tertentu. Adapun teknik pengumpulan data dengan studi literatur adalah rangkaian tentang sebuah aktivitas yang berkenaan dengan suatu cara pengumpulan pada data pustaka, membaca dan menulis, serta mengelola suatu bahan dalam penelitian. Menurut (Danial, 2009) studi literatur yaitu menggambarkan penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan sebuah cara mengumpulkan beberapa studi pustaka, artikel ilmiah, media online yang berhubungan dengan permasalahan dan tujuan sebuah penelitian.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur dan juga proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Konsep manajemen sumber daya manusia (SDM) memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan di era tantangan digital. Dalam era ini, transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis dan cara kerja, yang berdampak pada kebutuhan dan tantangan baru dalam manajemen SDM. Berikut adalah beberapa konsep manajemen SDM yang relevan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat di era tantangan digital. Dalam suatu organisasi atau perusahaan peranan manajemen sumber daya manusia sangatlah penting (Rahman Hakim, 2023) Hal ini dapat kita ketahui karena tanpa sumber daya manusia, suatu organisasi tidak mungkin berjalan. Manusia merupakan penggerak dan pengelola faktor-faktor produksi lainnya seperti modal, bahan mentah, peralatan, dan lain-lain untuk mencapai tujuan organisasi. Didalam pengembangan perusahaan, sumber daya manusia faktor terpenting pendukung berlangsungnya suatu perusahaan. Manajemen sering diartikan sebagai ilmu, kiat dan profesi. Dikatakan sebagai ilmu oleh Luther Gulick karena manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematik berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerja sama ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.

Pengembangan keterampilan digital Tantangan digital membutuhkan keterampilan digital yang kuat dari tenaga kerja. Manajemen SDM harus mengidentifikasi kebutuhan keterampilan digital yang relevan dan mengembangkan program pelatihan yang sesuai untuk meningkatkan keterampilan digital karyawan. Dengan meningkatkan keterampilan digital, masyarakat akan lebih siap menghadapi tantangan digital dan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga mendefinisikan ketahanan dan kesejahteraan keluarga sebagai kon- disi keluarga yang memiliki keuletan dan ketangguhan serta mengandung kemampuan fisik materil guna hidup mandiri, mengembangkan diri dan keluarganya untuk hidup harmonis da- lam meningkatkan kesejahteraan kebahagiaan lahir dan batin (Laksono, Bayu Adi, Supriyono, Supriyono, & Wahyuni, 2019). Dalam usaha mencapai ketahanan. Pengelolaan perubahan yang cepat dalam era digital dapat menyebabkan ketidakpastian dan kecemasan di kalangan masyarakat. Manajemen SDM harus menerapkan strategi pengelolaan perubahan yang efektif, termasuk komunikasi yang jelas, partisipasi karyawan dalam proses perubahan, dan dukungan psikologis untuk mengurangi dampak negatif perubahan terhadap kesejahteraan rakyat.

Manajemen SDM yang efektif harus mendorong pemberdayaan dan keterlibatan karyawan dalam menghadapi tantangan digital. Ini melibatkan memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan memberikan peluang pengembangan karir yang sesuai. Kepemimpinan yang kuat dan budaya organisasi yang mendukung adalah faktor penting dalam menghadapi tantangan digital. Manajemen SDM harus mempromosikan kepemimpinan yang visioner dan inovatif, serta membentuk budaya kerja yang terbuka terhadap perubahan dan kolaborasi. Pengelolaan dampak sosial Manajemen SDM juga harus mempertimbangkan dampak sosial dari transformasi digital. Mereka harus memastikan bahwa perubahan digital tidak meninggalkan siapa pun tertinggal dan mempertahankan kesejahteraan sosial dalam komunitas. Ini melibatkan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

# Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Manajamen SDM di Era Tantangan Digital

Konsep manajemen SDM yang disesuaikan dengan era tantangan digital dapat membantu meningkatkan kinerja manajemen SDM dengan mempersiapkan tenaga kerja menghadapi perubahan, meningkatkan produktivitas, mempromosikan keseimbangan kerja-hidup yang sehat, mendorong keterlibatan karyawan, membangun kepemimpinan yang kuat, dan mengelola dampak sosial secara berkelanjutan. Dampak yang paling nyata adalah dapat meningkatkan volume penjualan dan laba yang optimal.

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh. Dengan menggunakan digital marketing dalam hal ini adalah sosial media baik pasar online maupun media sosial milik pribadi guna menaikan omset pasar. Pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran tradisional beralih ke pemasaran elektronik, (Rahman Hakim, 2023) Dunia marketing dikenal dikenal sebagai internet marketing, digital marketing, web marketing, online marketing, search engine marketing, atau e-marketing untuk menawarkan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen atau dari bisnis ke bisnis secara online (Wida Rahmayani et al., 2023) .

Online lazim dipahami sebagai istilah saat seseorang sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial, email dan berbagai jenis akun lainnya yang dipakai atau gunakan lewat internet. Alat dan strategi berkomunikasi dengan konsumen mengalami perubahan signifikan berkat kehadiran media social. Media social merupakan teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan. Media social mencerminkan berbagai sumber baru informasi yang diciptakan, diinisiasikan, disirkulasikan dan digunakan oleh konsumen dengan tujuan untuk saling mengedukasi tentang produk, merek, jasa, kepribadian dan sebagainya termasuk isu relevan. Perkembangan teknologi informasi sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis (Wida Rahmayani et al., 2023) . Dampak yang paling nyata adalah dapat meningkatkan volume penjualan dan laba yang optimal.

Kecanggihan digital harus benar-benar dimanfaatkan agar bisa dikuasai serta dikendalikan dengan baik dan benar (RM Agus Hasan Abu, 2019) Semakin canggihnya Teknologi digital masa kini menyebabkan terjadinya perubahan besar pada dunia.3 Salah satu perubahan yang paling mendasar terjadi pada Manajemen sumber daya manusia. Penelitian relevan menunjukan sebagai berikut Hasil penelitian Gilster dkk, meliputi pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan kemampuan (skill) dengan menggunakan keuangan maupun digital, serta aspek nonkognitif berupa motivasi, kepercayaan, dan aktivitas. Sependapat dengan hasil penelitian Rita & Utomo dalam. Kinerja keuangan adalah suatu kegiatan operasional dan investasi perusahaan dengan meningkatkan peran perantara keuangan, seperti angel investor, investor ventura dan kreditor yang dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan inovasi pasar produk. Sejahtera menjadi harapan utama dalam pertumbuhan ekonomi micro maupun makro untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat pemerintah desa dan wilayah tertentu perlu menjadikan kontribusi utama pada berbagai sektor.

Diantaranya terdapat inovasi digital dalam mengembangkan usaha. Tingkat kesejahteraan masyarakat mencerminkan kualitas hidup dari sebuah keluarga meningkat karena kesejahteraan masyarakat merupakan hakikat dari sebuah pembangunan (Putri, 2016). Keluarga dengan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi berarti memiliki kualitas hidup yang lebih baik, sehingga pada akhirnya keluarga tersebut mampu untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk bisa meningkatkan kesejahteraan. SDM menjadi salah satu keberhasilan pemerintah dalam menilai dan mengembangkan konsep berfikir praktis. Mengkritisi peran media sosial di sektor ekonomi kreatif menjadikan budaya saling mengunjungi situs web dan akses link menjadi trend gaya hidup era teknologi. Di Indonesia, Instagram masih menduduki peringkat teratas untuk kepentingan bisnis dan marketing (Instagram for Business) (Suranto, Suranto, Efita Sari, Dhany, Narimo, Sabar, Ulfatun, Titik et al., 2022) . Instagram memiliki fitur akun bisnis yang memudahkan para pebisnis untuk membuat profil bisnis di instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial. Dengan fitur ini, perusahaan dari semua ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, dapatkan wawasan tentang pengikut dan pos, dan mempromosikan posting untuk mendorong tujuan bisnis. Dari berbagai hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran melalui media Instagram dapat meningkatkan jumlah penjualan produk usahanya.

Dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada, membuat konten yang menarik, memaksimalkan akses link, dan memiliki teknik closing yang baik melalui akun Instagram dapat menjadi strategi marketing yang efektif dan mutakhir di era digital. Mengoptimalkan manajemen SDM dan meningkatkan kesejahteraan rakyat di era tantangan digital, organisasi dan pemerintah perlu bekerja sama untuk mengadopsi strategi yang adaptif dan inovatif, serta memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kesejahteraan dan pengembangan karyawan.

Meskipun pemasaran digital menawarkan banyak peluang, ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi oleh perusahaan:

1. Persaingan yang Ketat: Karena pemasaran digital dapat diakses oleh siapa saja, perusahaan harus bersaing dengan banyak pesaing dalam menarik perhatian audiens. Hal ini memerlukan strategi yang kreatif dan konsisten.
2. Perubahan Teknologi yang Cepat: Teknologi terus berkembang dengan pesat, dan perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan terbaru untuk tetap relevan. Misalnya, platform media sosial atau tren teknologi baru yang dapat mengubah perilaku konsumen.
3. Keamanan dan Privasi Data: Di era digital, masalah keamanan data dan privasi menjadi perhatian utama. Perusahaan harus menjaga kepercayaan konsumen dengan memastikan bahwa data pribadi mereka terlindungi dengan baik.

Berdasarkan hasil pengamatan studi literature ditemukan beberapa bahasan sebagai berikut. Kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang ada (Mantiri, 2019) Perkembangan zaman yang begitu maju sekarang ini tidak berarti sama sekali jika tidak ditunjang oleh sumber daya manusia yang berkualitas. Intinya sumber daya manusia merupakan unsur yang penting dalam memajukan suatu bangsa. Keseimbangan perusahaan di Era digital seringkali berdampak pada batas antara kehidupan pribadi dan kerja yang kabur. Manajemen SDM harus menciptakan kebijakan yang mendukung keseimbangan kerja-hidup yang sehat, seperti fleksibilitas waktu, kerja jarak jauh, dan dukungan untuk kesejahteraan karyawan, seperti program kesehatan dan kesejahteraan. Difusi inovasi inilah bisa memberikan pengaruh positif dengan diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, tekhnologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu sehingga inovasi ini bisa berguna bagi kehidupan social (Mochammad Masrikhan, 2019).

Dalam hal pengelolaan SDM, inovasi digital memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengalaman karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan engagement dan produktivitas. Program pelatihan berbasis e-learning yang terintegrasi dengan sistem manajemen kinerja memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan secara lebih tepat dan mengatur jadwal pelatihan yang fleksibel bagi karyawan. Teknologi ini memberikan karyawan akses yang lebih mudah ke materi pembelajaran dan peluang pengembangan karier tanpa batasan waktu dan tempat.

Penerapan inovasi digital juga membantu perusahaan dalam menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif. Di bidang pemasaran, kemampuan untuk memantau dan menganalisis tren konsumen secara real-time memungkinkan perusahaan untuk berinovasi dalam menciptakan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Teknologi ini juga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai preferensi konsumen, memungkinkan perusahaan untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih terpersonalisasi, meningkatkan daya tarik merek, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Dalam hal pengelolaan SDM, teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi keterampilan yang dibutuhkan di masa depan dan merancang strategi pengembangan karyawan yang lebih efektif. AI membantu perusahaan untuk memprediksi kebutuhan keterampilan berdasarkan tren industri dan kebutuhan pasar yang berubah. Dengan memahami tren ini lebih awal, perusahaan dapat menyiapkan karyawan mereka dengan keterampilan yang relevan, meningkatkan daya saing di pasar tenaga kerja, dan menciptakan tenaga kerja yang lebih siap menghadapi tantangan di masa depan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengadopsian teknologi digital yang lebih cepat berkontribusi pada pencapaian kinerja perusahaan yang lebih baik di kedua bidang, baik SDM maupun pemasaran. Teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengakses data yang lebih relevan dan membuat keputusan yang lebih cepat, yang meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas strategi bisnis. Kecepatan dalam mengadopsi teknologi digital memberikan perusahaan peluang lebih besar untuk meraih posisi terdepan dalam pasar yang kompetitif.

Keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari adopsi teknologi ini bukan hanya terkait dengan efisiensi operasional, tetapi juga mencakup aspek inovasi produk dan layanan. Perusahaan yang dapat beradaptasi lebih cepat dengan perubahan teknologi cenderung dapat memperkenalkan produk dan layanan baru yang lebih cepat, sesuai dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses inovasi yang lebih cepat memungkinkan perusahaan untuk menjaga relevansi merek mereka dan bersaing secara efektif di pasar yang dinamis. Salah satu manfaat terbesar dari inovasi digital dalam pengelolaan SDM adalah kemampuan untuk meningkatkan pengalaman karyawan. Penggunaan sistem HRIS yang terintegrasi dengan platform pembelajaran digital memberikan karyawan akses lebih besar untuk meningkatkan keterampilan mereka, mempercepat pengembangan karier, dan meningkatkan tingkat kepuasan kerja. Organisasi yang mampu mengintegrasikan teknologi ini dalam strategi pengelolaan SDM mereka cenderung memiliki karyawan yang lebih produktif dan lebih loyal, yang berkontribusi pada kinerja perusahaan secara keseluruhan. Di sisi lain, pemasaran digital yang didukung oleh big data dan AI memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif dan personal. Kampanye pemasaran yang dirancang berdasarkan analisis data yang mendalam memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih spesifik dengan pesan yang lebih relevan. Kemampuan untuk memahami perilaku konsumen secara lebih rinci membantu perusahaan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan dan meningkatkan peluang konversi.(Rasyiddin et al., 2024).

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka, dapat disimpulkan bahwa:

1. Inovasi digital meningkatkan efisiensi operasional di bidang manajemen SDM dan pemasaran, mendukung proses rekrutmen, pelatihan, dan pengelolaan kinerja karyawan.
2. Pemasaran digital yang menggunakan big data dan AI memungkinkan perusahaan untuk mempersonalisasi pengalaman pelanggan, meningkatkan interaksi merek dengan konsumen.
3. Integrasi teknologi digital membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar, memberikan fleksibilitas untuk merespons tren dan kebutuhan pasar yang dinamis.
4. Keberhasilan adopsi teknologi digital memberikan perusahaan keunggulan kompetitif, meningkatkan daya saing, dan menciptakan produk serta layanan yang lebih relevan bagi konsumen.

Konsep manajemen SDM memiliki peran krusial dalam mempengaruhi kesejahteraan rakyat di era tantangan digital. Manajemen SDM yang efektif dapat meningkatkan produktivitas, keterlibatan, dan kepuasan karyawan, yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan mereka. Pengembangan keterampilan digital dalam manajemen SDM di era digital. Organisasi perlu memastikan bahwa karyawan memiliki keterampilan yang relevan dengan teknologi yang berkembang, sehingga mereka dapat bersaing dan beradaptasi dengan perubahan tersebut. Pemilihan dan penempatan tenaga kerja yang tepat juga merupakan faktor penting dalam manajemen SDM. Organisasi perlu memperhatikan kebutuhan dan harapan karyawan, serta memastikan bahwa mereka ditempatkan pada peran yang sesuai dengan keterampilan dan minat mereka. Pengelolaan kinerja yang efisien melalui penggunaan teknologi dan alat digital dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan. Sistem manajemen kinerja berbasis teknologi dapat membantu, memantau dan meningkatkan kinerja karyawan secara efektif. Fleksibilitas kerja merupakan faktor penting dalam manajemen SDM di era digital. Kebijakan yang mendukung fleksibilitas kerja, seperti kerja jarak jauh atau waktu kerja.(Rahman Hakim, 2023)

Inovasi digital telah terbukti menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kinerja manajemen SDM dan pemasaran di organisasi. Integrasi teknologi digital dalam proses bisnis memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan lebih cepat terhadap perubahan pasar dan menciptakan efisiensi operasional yang lebih tinggi. Dengan memanfaatkan teknologi seperti AI, dan big data, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas karyawan, mempersonalisasi pemasaran, serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi dan mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi jangka panjang untuk memperkuat daya saing dan mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

**UCAPAN TERIMAKASIH**

Terima kasih kami ucapkan kepada LPPM Universitas Yatsi Madani yang telah memfasilitasi untuk publikasi artikel ini. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam penulisan artikel ini, semoga dapat bermanfaat untuk menambah informasi terkait strategi *relationship* marketing dalam meningkatkan kinerja manajemen pemasaran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Adenuddin Alwy, M. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia Di Era Digital Melalui Lensa Manajer Sumber Daya Manusia Generasi Berikutnya. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, *1*(10), 2265–2276. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.334>

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. : *: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *6(2)*, 233–247.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture (Vol. 1)*. John Wiley & Sons.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson UK.

Danial, E. dan W. N. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. laboratorium PKn UPI.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson.

Laksono, Bayu Adi, Supriyono, Supriyono, & Wahyuni, S. (2019). Tinjauan Literasi Finansial dan Digital pada Tingkat Ketahanan Keluarga Pekerja Migran Indonesia. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Https://Doi.Org/10.31105/Jpks.V18i2.1695 Sosial*, *18(2)*, 123–134.

Mantiri, J. (2019). PERAN PENDIDIKAN DALAM MENCIPTAKAN SUMBER DAYA MANUSIA BERKUALITAS di PROVINSI SULAWESI UTARA. *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila Dan Kewarganegaraan*, *3*(1), 20. <https://doi.org/10.36412/ce.v3i1.90>

Mochammad Masrikhan. (2019). Optimalisasi Potensi Wakaf Di Era Digital Melalui Platform Online Wakafin.Com Dengan Konsep Crowdfunding Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *Vol. 1(1)*, 1–12.

Noe, Hollenbeck, Gerhart, and W. (2019). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.

Putri, H. R. dan S. (2016). Arahan Pengembangan Kawasan Prigi Kecamatan Watulimo Kabupaten Sidoarjo Melalui Konsep Minapolitan. *JURNAL TEKNIK ITS*, *Vol. 5, No*.

Rahman Hakim, A. (2023). Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital. *Journal of Economics and Business UBS*, *12*(4), 2672–2682. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.467>

Rasyiddin, A., Raya, U. T., Metris, D., Raya, U. T., Siahaan, F. S., Raya, U. T., Setiawan, I., Raya, U. T., Erlangga, R., & Raya, U. T. (2024). *Peran Inovasi Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Manajemen SDM dan Pemasaran*. *12*(2), 249–262.

RM Agus Hasan Abu, A. Z. S. (2019). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Digital: Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Nurul Jadid. *Jurnal Al-Idarah*, *9(1)*, 50–57.

Ryan, C., & Jones, C. (2009). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.

Strauss, J., & Frost, R. (2020). *E marketing*. Routledge.

Suranto, Suranto, Efita Sari, Dhany, Narimo, Sabar, Ulfatun, Titik, H. M., Rochman, Suwandi, Joko, Fahmi Johan Syah, Muhammad, Jatmika, Surya, N., Wahyudi, Tri, Chairil Asmawan, Mohammad, Annang Setiyawan, Yovi, & A., & Hendawan, H. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6(1)*, 123–136.

Wida Rahmayani, M., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *14*(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>

Yuniarsih, N., Rohmalia, Y., Saleh, A. R., Nijomi, S. R., Septianti, A., & Farida, A. N. (2022). Penerapan Human Capital Manajemen dalam Meningkatkan Kualitas SDM Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, *2*(2). https://doi.org/10.32832/djip-uika.v2i2.5880