

MODUL 1 : SEPUTAR DIGITAL TECHNOLOGY DAN DIGITAL MARKETING

A. DIGITAL TEKNOLOGI

Kita sudah sering membacanya bahwa era digital telah hadir. Teknologi telah menjadi sangat terintegrasi dengan kehidupan kita sehari-hari sehingga mengubah tidak hanya di kehidupan kita, tapi juga cara kita bekerja. Saking berpengaruhnya sehingga topik tentang teknologi telah menjadi topik hangat di berbagai diskusi hampir di semua industri, karena teknologi ini mengubah bagaimana cara bisnis atau perusahaan beroperasi.

Di artikel ini, kami secara singkat membahas 3 teknologi utama dan dampaknya terhadap bisnis, begitu juga alasan kenapa penting bagi HR untuk mulai menerima teknologi ini ke depannya.

Teknologi Mobile

Penggunaan teknologi mobile telah mentransformasi cara kita menjalankan bisnis dengan lebih baik. Menurut hasil penelitian Economist Intelligence Unit, penggunaan teknologi mobile dapat membantu perusahaan meningkatkan loyalitas, kepuasan, produktifitas, dan kreatifitas karyawan. Karyawan yang menganggap perusahaan mereka sebagai pioner dalam mobile teknologi memiliki tingkat produktifitas yang lebih tinggi 16%, kreatifitas lebih tinggi 18%, kepuasan 23% dan loyalitas 21%, dibanding karyawan yang merasa perusahaan mereka kurang dalam menggunakan teknologi mobile.

Penting bagi professional HR untuk memanfaatkan penggunaan teknologi mobile untuk menarik lebih banyak talent. Investasi pada system aplikasi mobile untuk memperluas jangkauan ke talent pool dapat dilakukan. Komunikasi secara instan dapat dengan mudah dilakukan menggunakan teknologi mobile. Dengan memberikan respon dan feedback secara real-time kepada kandidat, mereka akan mendapat pengalaman yang lebih baik dan dapat meningkatkan employer branding perusahaan.

Media Sosial

Sosial media adalah salah satu bentuk teknologi lainnya yang telah mengubah cara informasi disebarkan di seluruh organisasi. Karyawan saat ini memiliki kemampuan untuk menyuarakan ide atau pendapat mereka dan menjadi pemimpin dalam topik apapun yang penting bagi mereka. Faktanya, social media membentuk era baru dalam transparansi bisnis di mana baik kandidat maupun karyawan menerima informasi yang lebih mendalam tentang bagaimana keadaan di dalam perusahaan.

Para profesional HR sebaiknya membangun eksistensi perusahaan yang kuat di social media dan menggunakannya tidak hanya untuk rekrutmen, tapi juga untuk membangun hubungan dengan melibatkan klien atau kandidat mereka dan kandidat potensial yang berkualitas yang bahkan tidak sedang aktif mencari kerja. Sosial media juga alat yang kuat bagi professional HR dan bisnis untuk memonitor dengan ketat aktifitas competitor mereka, dan untuk tetap mengikuti berita dan tren yang terjadi di industri mereka.

Cloud Computing

Cloud computing telah menjadi salah satu tren di dunia IT selama beberapa dekade. Sebagai platform untuk memberikan layanan computing melalui internet, teknologi ini dengan cepat berevolusi dan memberikan dampak tidak hanya pada departemen IT tapi juga semua departemen lainnya di sebuah perusahaan secara virtual. Menurut update terbaru dari International Data Corporation, pengeluaran untuk layanan cloud di seluruh dunia diprediksi mencapai \$150 miliar di tahun 2018, meningkat 23.2% dari 2017.

Salah satu keuntungan terbesar yang dapat diberikan cloud computing untuk HR adalah sentralisasi data. Hal ini berarti akses yang mudah ke data karyawan, semua dalam satu lokasi. Data HR dan informasi penting sekarang lebih dapat diakses oleh karyawan, menjembatani celah antara HR dan departemen lainnya. Hal ini juga berpotensi meningkatkan pengalaman karyawan, sehingga engagement karyawan pun menjadi lebih baik. Bagian terbaiknya adalah perangkat lunak HR untuk cloud computing sudah tersedia di mana-mana dengan harga lebih terjangkau, sehingga investasi untuk teknologi ini pun semakin menguntungkan.

HR professional yang mampu berpikir maju harus menerima fakta bahwa kemajuan teknologi ini akan tetap bertahan. Untuk memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut, HR harus berkembang menjadi pemimpin yang membawa perubahan di dalam perusahaan. Seperti industry lainnya, HR perlu menerima perubahan dan menghindari sikap menghindari atau mengurung diri dengan hanya melakukan cara-cara lama dalam bekerja.

B. DIGITAL MARKETING

Dengan perkembangan Teknologi Digital seperti tersebut diatas tidak bisa dipungkiri pola kehidupan dan bisnis sangat bergantung kepada kecanggihan teknologi informasi. Kebutuhan akan SDM berkualitas yang mampu menguasai komputer menjadi keharusan bagi semua tingkatan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Fakta menunjukkan bahwa dari laporan terkini oleh *We Are Social*, pada tahun 2020 disebutkan ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Artinya dari total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, di antaranya mobile phone (96%), smartphone (94%), non-smartphone mobile phone (21%), laptop atau komputer desktop (66%), table (23%), konsol game (16%), hingga virtual reality device (5,1%). Sedangkan medsos yang paling banyak 'dikunjungi' oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo.

Dengan situasi diatas maka kegiatan di pemasaran digital telah mendapatkan momentum bagi dunia usaha/perusahaan atau perorangan mengambil peluang memanfaatkan Digital Marketing sebagai pilihan pemasaran yang efektif. menguasai banyak proses dari aplikasi mobile ke internet, email ke SMS, mailing, teks, visual, SEO, dan menggunakan struktur

iklan Mesin Pencari secara efektif. Jadi dalam konteks ini Digital marketing adalah upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan.

Dalam kegiatan ini diperlukan pengetahuan dan ketrampilan teknis meliputi :

1. Mempersiapkan pengetahuan dan kemampuan dasar terkait teknologi digital dan periperhal yang dibutuhkan.
2. Mengidentifikasi, mengelola, dan menggunakan strategi merek dan mengintegrasikan ke dalam manajemen Lingkaran Media Sosial
3. Melakukan pemasaran digital dengan berpartisipasi dalam ekosistem pemasaran digital, model bisnis, teknologi, dan peralatan,
4. Mengembangkan item pemasaran kontemporer menjadi strategi online dengan menggunakan alat digital secara strategis untuk merek.