



## ANALISIS PENGEMBANGAN KOMPETENSI KARYAWAN DALAM MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING DI TIARA PHOTO DIGITAL

**Amir Ali<sup>\*1</sup>, Dedy Takdir Syaifuddin<sup>2</sup>, Abdul Hakim<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari, Indonesia

Corresponding Author: [amiradjie17@gmail.com](mailto:amiradjie17@gmail.com)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 03 April 2024</p> <p>Revised : 11 Mei 2024</p> <p>Accepted : 01 Juni 2024</p> <p>Publication : 29 Juni 2024</p> <hr/> <p><b>Keywords:</b> Employee Competencies, Digital Marketing, Digital Advertising.</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Kompetensi Karyawan, Digital Marketing, Pemasaran Digital</p> <hr/> <p><b>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</b></p> 	<p><b>Abstract :</b> <i>This study focuses on analyzing the development of employee competencies at Tiara Photo Digital in utilizing digital marketing. Data collection methods were conducted through in-depth interviews with management, digital marketing staff, and customers, as well as observations of employees' work processes in using digital marketing tools. The research findings indicate that Tiara Photo Digital has successfully enhanced employee competencies in utilizing digital marketing through a series of structured training sessions, self-learning, and project-based learning. This includes strengthening technical and strategic skills in the use of social media, SEO, content marketing, and data analysis. This competency improvement has positively impacted the company's performance, as evidenced by an increase in visitor numbers and customer satisfaction levels. This study provides insights for other companies in similar industries on the importance of investing in the development of employees' digital competencies as part of their digital marketing strategy to achieve competitive advantage.</i></p> <p><b>Abstrak :</b> Studi ini berfokus pada analisis pengembangan kompetensi karyawan Tiara Photo Digital dalam memanfaatkan digital marketing. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan manajemen, karyawan bagian digital marketing, dan pelanggan, serta observasi terhadap proses kerja karyawan dalam memanfaatkan alat-alat digital marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tiara Photo Digital telah berhasil meningkatkan kompetensi karyawan dalam memanfaatkan digital marketing melalui serangkaian pelatihan yang terstruktur, pembelajaran mandiri, dan pembelajaran berbasis proyek. Ini termasuk penguatan kemampuan teknis dan strategis dalam penggunaan media sosial, SEO, content marketing, dan analisis data. Peningkatan kompetensi ini berdampak positif terhadap performa perusahaan, yang terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung dan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan lain dalam industri serupa tentang pentingnya investasi dalam pengembangan kompetensi digital karyawan sebagai bagian dari strategi digital marketing untuk mencapai keunggulan kompetitif.</p>
---	--

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis atau usaha saat ini tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga melihat dari segi kualitas pelayanan dan kemampuan sumber daya manusia untuk mengelolah sebuah usaha. Namun hal terpenting yang dapat menentukan kesuksesan suatu usaha ialah pemasaran (marketing)(Siregar & Nasution, 2020). Pemasaran membantu memperkuat sebuah usaha, bahkan usaha yang sudah besar pun tetap mengandalkan pemasaran untuk menjangkau pelanggan. Dengan pemasaran yang baik, pelanggan bisa memahami keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan suatu usaha dibanding produk atau layanan milik usaha pesaingnya. Pemasaran yang baik juga dapat membantu usaha mencapai target audiens dan meningkatkan basis pelanggan.

Semakin mudahnya akses internet saat ini, jumlah pengguna internet pun semakin meningkat setiap harinya. Orang-orang akan lebih sering menghabiskan waktu di internet. Kegiatan berbelanja pun kini lebih banyak dilakukan secara online, cara pembayarannya melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu credit, tapi bukan berarti pemasaran offline tidak seefektif dulu melainkan dengan usaha berbasis Digital Marketing akan jauh lebih meningkat sesuai dengan hasil analisis dan factor keberhasilan dalam melakukan digital marketing menggunakan media social yang telah dilakukan (Abdullah et al., 2023). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kepada pengambilan keputusan. Dan juga terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian secara online. Pemafaatan dan pengelolaan sebuah usaha berbasis Digital Marketing melalui paltform digital tentu erat kaitannya dengan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia bagi perusahaan yang sudah memulai hal tersebut(Callista, 2016).

Pasalnya dengan melakukan peningkatan sumber daya manusia karyawannya melalui kegiatan atau pelatihan dan pendampingan digital marketing (Abdullah et al., 2023)sebagai alternatif pilihan mata untuk meningkatkan pendapatan, serta mendapatkan pelayanan yang efektif dan efesien. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, keberadaannya harus bisa dirawat dengan baik yaitu dengan dikembangkan potensi, keahlian khususnya dalam memanfaatkan fasilitas digital.

Menurut (Adittyta et al., 2021) kompetensi adalah kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan dan tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Lalu (Ali et al., 2019) mengemukakan bahwa kompetensi adalah perpenduan pengetahuan,

keterampilan, sikap dan karakteristik pribadi lainnya yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah pekerjaan, yang bisa diukur dengan menggunakan standar yang telah disepakati, dan yang dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pengembangan. Dan menurut (Arif et al., 2021) yang berpendapat bahwa kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan, keahlian dan sikap. (Callista, 2016) berpendapat bahwa untuk memenuhi unsur kompetensi, seseorang pegawai harus memenuhi unsur-unsur pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill) dan sikap (attitude).

Menurut International Telecommunications Union (ITU) atau Perserikatan Telekomunikasi Internasional dalam (Ardini, 2023) mendefinisikan kompetensi digital sebagai kemampuan untuk menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan tujuan untuk membantu individu mencapai manfaat dalam kehidupan sehari-hari untuk diri mereka sendiri dan orang lain, sekarang dan di masa depan yang semakin digital. Dengan kata lain, ITU menyatakan kompetensi digital adalah kemampuan untuk meningkatkan hasil positif dari penggunaan TIK dan mengurangi hasil negatif yang terkait dengan keterlibatan digital. United Nations mengemukakan bahwa kompetensi digital mencerminkan pengetahuan, penguasaan, dan keahlian individu yang diperlukan untuk dapat menggunakan sumber daya dan perangkat teknologi informasi dan komunikasi untuk tujuan umum dan khusus guna memenuhi kebutuhan pribadi dan profesi (CHERYL, 2023)

Kompetensi digital saat ini mempengaruhi keberhasilan kinerja pegawai. Kinerja menurut (Adhan & Prayogi, 2021) merupakan suatu proses tentang bagaimana pekerjaan berlangsung untuk mencapai hasil kerja. Namun, hasil kerja pekerjaan itu sendiri juga menunjukkan kinerja. Sedangkan (Akbar & Hermiati, 2023) menyebutkan kinerja merupakan hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggungjawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Dan Menurut Afandi (Ali et al., 2019) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

Semakin banyaknya usaha yang menerapkan system digital marketing untuk memasarkan produk tidak terlepas dari fenomena pengguna media sosial di negara kita di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023 (We Are Social 2023), menunjukkan, jumlah

pengguna aktif media sosial di Indonesia hampir setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri yang didominasi oleh kaum milenial. Media sosial akan mempengaruhi konsumen dari pencarian informasi hingga perilaku pembelian (Andriana et al., 2022). Media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tumblr, Pinterest, WeChat dan Google sangat mempermudah pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, mencari informasi ataupun membagikan informasi.

(MULYANI et al., 2021) meneliti bahwa media sosial semakin dipandang sebagai sumber informasi yang lebih objektif dan berpengaruh pada banyak aspek perilaku konsumen, termasuk perilaku pembelian. (Piarna et al., 2022) membuktikan bahwa pengaruh terbesar dari media sosial terjadi pada tahap pencarian informasi dan tahap keputusan pembelian. Hasil survei Brand and Marketing Institute (BMI) menunjukkan sebagian besar konsumen melakukan pembelian dengan mempertimbangkan media sosial. Data menunjukkan bahwa 80% konsumen di Indonesia sangat terpengaruh media sosial dalam menentukan produk apa yang akan dibeli (Armayani et al., 2021).

Digital marketing atau pemasaran digital adalah kegiatan promosi produk/jasa atau mencari saluran/ channel termasuk kegiatan branding menggunakan berbagai media digital seperti website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, adwords, feed, podcast dan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran (Fahira et al., 2021) Digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Menurut (Fahira et al., 2021) digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Menurut (Abdullah et al., 2023) digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Seperti halnya dengan Tiara Photo Digital merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan system digital marketing bergerak di bidang jasa

fotografi yang beralamat di Jln Sao-Sao nomor 277 dan beberapa cabang lainnya yang berada di Sulawesi.

Seiring dengan berkembangnya era digital dan teknologi masa kini yang semakin canggih maka dunia usaha pun langsung mengalami perkembangan yang luar biasa. Muncul perusahaan-perusahaan studio foto baru yang menciptakan produk maupun jasa untuk memenuhi seluruh kebutuhan dan permintaan konsumen. Dari sekian banyaknya studio foto yang ada tersebut, masing-masing dari studio foto menawarkan kelebihan, baik dalam hal fasilitas layanan maupun harga yang bisa dibilang cukup bersaing. Persaingan harga tersebut dikarenakan masyarakat menginginkan studio foto dengan harga yang terjangkau tetapi kualitas pelayanan yang maksimal.

Tiara Photo Digital merupakan salah satu studio foto yang mempunyai ciri khas yang bisa dibilang cukup berbeda dibandingkan dengan studio foto sejenisnya, yaitu system pelayanan berbasis digital marketing Ciri khas yang dimiliki oleh Tiara Photo Digital ini lah yang membuat studio foto tersebut bisa dipertimbangkan oleh masyarakat maupun konsumennya dengan beberapa studio foto lainnya di kota Kendari yang sebagian besar yang masih menggunakan jasa pelayanan kontemporer, ini lah Tiara Photo Digital selalu ramai dikunjungi. Dengan begitu, peneliti melakukan penelitian ini didasari dengan adanya fenomena di mana sebuah usaha studio foto Tiara Photo Digital di kota Kendari yang terus ramai pengunjung. Selain karena adanya fenomena tersebut, peneliti juga melakukan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan kompetensi karyawan dalam memanfaatkan digital di Tiara Photo Digital.

Salah satu faktor penting yang diduga berkontribusi adalah kompetensi karyawan dalam memanfaatkan digital marketing untuk mempromosikan layanan yang mereka tawarkan. Kompetensi ini tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan alat dan platform digital, tetapi juga pemahaman strategis tentang cara mengintegrasikan digital marketing ke dalam strategi promosi secara keseluruhan. Administrator Periklanan dan Promosi di Tiara Photo Digital memegang peranan kunci dalam proses ini, bertanggung jawab atas perencanaan dan eksekusi kampanye digital marketing yang efektif. Melihat pentingnya peran digital marketing dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung di Tiara Photo Digital, penelitian mengangkat judul Analisis Pengembangan Kompetensi Karyawan Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Di Tiara Photo Digital.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: a) Bagaimana cara management perusahaan Tiara Photo Digital melakukan peningkatan

kompetensi sumber daya manusia dalam memanfaatkan digital marketing? b). Apakah system digital marketing berdampak terhadap peningkatan pengunjung di perusahaan Tiara Photo Digital ?. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian adalah untuk menganalisis Bagaimana cara management perusahaan Tiara Photo Digital melakukan peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam memanfaatkan digital marketing serta ingin mengetahui Apakah system digital marketing berdampak terhadap peningkatan pengunjung perusahaan di Tiara Photo Digital.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam hal fokus penelitian terdahulu ini yang dijadikan bahan acuan adalah terkait dengan masalah kepuasan pengunjung di Tiara Photo Digital melalui variabel Digital marketing, E-Channel, dan Brand Image yang promosikan melalui platform digital. Penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Digital Marketing terhadap kepuasan pelanggan dan juga pengembangan sumber daya manusia karyawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Tiara Photo Digital, Jalan Sao-Sao Nomor 277 Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara.

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun langkah-langkahnya, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (Data Collection). Penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua.
2. Reduksi Data (Data Reduction). Semakin lama peneliti di lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data,. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
3. Penyajian Data (Data Display). Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

#### 4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/ verification).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

Validasi data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2020:125) peneliti yang melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang valid.

1. Triangulasi Sumber : Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan, ke atasan yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.
2. Triangulasi Teknik : Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.
3. Triangulasi Waktu : Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat nara sumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dengan

waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Berikut ini adalah paparan hasil penelitian yang terstruktur sesuai dengan judul tesis "Analisis pengembangan kompetensi karyawan dalam memanfaatkan digital marketing di Tiara Photo Digital".

### **Pengembangan Kompetensi Karyawan dalam Digital Marketing di Tiara Photo Digital**

Pengembangan kompetensi karyawan di era digital menjadi sangat kritical, terutama dalam industri yang sangat bergantung pada visibilitas online dan pemasaran digital, seperti Tiara Photo Digital. Perusahaan ini memfokuskan upaya pada peningkatan kemampuan digital marketing karyawannya melalui serangkaian program yang dirancang untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang ini. Berikut adalah hasil wawancara dengan informan yang terkait:

Pada hari Selasa, 27 Februari 2024, Manajer Operasional mengungkapkan, "Kami menyediakan pelatihan rutin dan workshop tentang digital marketing yang meliputi SEO, content marketing, dan social media advertising. Ini untuk memastikan bahwa karyawan kami selalu update dengan tren terkini dan mampu mengimplementasikannya dalam strategi pemasaran kami."

Dalam wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 28 februari 2024, Spesialis Digital Marketing menambahkan, "Selain pelatihan internal, kami juga mendorong karyawan untuk mengikuti kursus online dari platform terkemuka. Ini membantu mereka mendapatkan sertifikasi yang dapat meningkatkan kompetensi mereka secara signifikan."

Pada tanggal yang sama, Karyawan Layanan Pelanggan berbagi, "Management memberikan akses ke berbagai alat digital marketing dan meminta kami untuk aktif berpartisipasi dalam kampanye digital. Ini tidak hanya meningkatkan kompetensi kami tapi juga memberikan kami kesempatan untuk secara langsung berkontribusi pada sukses perusahaan."

Seorang pengunjung berulang, yang diwawancarai pada hari Selasa, 5 maret 2024, mencatat, "Saya bisa melihat perbedaan dalam cara Tiara Photo Digital mengkomunikasikan promosi mereka di media sosial. Kontennya lebih menarik dan

personal, yang menurut saya adalah hasil dari kompetensi karyawan mereka yang meningkat."

Pengunjung baru dan potensial, diwawancarai pada hari yang berbeda, menekankan bagaimana aksesibilitas dan kredibilitas informasi yang mereka temukan online mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi Tiara Photo Digital. Kedua aspek ini dikaitkan dengan efektivitas strategi digital marketing yang dijalankan oleh karyawan yang kompeten.

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan dengan stakeholder terkait di Tiara Photo Digital, hasil analisa mengenai upaya manajemen perusahaan dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia untuk memanfaatkan digital marketing dapat diringkas sebagai berikut:

1. Kesadaran dan Komitmen Manajemen. Manajemen Tiara Photo Digital menunjukkan kesadaran dan komitmen yang tinggi terhadap pentingnya digital marketing dalam industri fotografi saat ini. Ini tercermin dari inisiatif pelatihan dan workshop yang terorganisir, ditujukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan digital marketing.
2. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan. Tiara Photo Digital telah berhasil mengimplementasikan serangkaian pelatihan dan pengembangan yang terfokus pada digital marketing. Ini mencakup tidak hanya aspek teknis penggunaan alat dan platform digital, tetapi juga pemahaman strategis tentang cara mengintegrasikan digital marketing ke dalam strategi promosi secara keseluruhan. Pelatihan tersebut diarahkan untuk meningkatkan intensitas dan frekuensi pemanfaatan digital marketing oleh karyawan, serta memperluas jumlah aplikasi dan perangkat lunak yang digunakan dalam kegiatan pemasaran.
3. Efek terhadap Pengunjung dan Kepuasan Pelanggan. Hasil dari peningkatan kompetensi karyawan dalam digital marketing terlihat jelas pada peningkatan pengunjung dan kepuasan pelanggan. Ini ditunjukkan oleh feedback positif dari pengunjung berulang yang memperhatikan peningkatan signifikan dalam cara Tiara Photo Digital berkomunikasi dengan pelanggan melalui media sosial dan platform digital lainnya. Konten yang menarik, interaktif, dan informatif berhasil menarik minat pelanggan dan meningkatkan engagement mereka dengan brand.

Dari hasil Analisa diatas menunjukkan bahwa Manajemen Tiara Photo Digital telah mengambil langkah-langkah strategis dan efektif dalam meningkatkan kompetensi karyawan terkait digital marketing. Ini termasuk komitmen kuat dari manajemen,

pelatihan dan pengembangan karyawan yang komprehensif, peningkatan interaktivitas dengan pelanggan, dan dampak positif terhadap pengunjung dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis terhadap upaya Tiara Photo Digital dalam meningkatkan kompetensi karyawan dan penerapan digital marketing, beberapa teori yang mendukung temuan penelitian:

1. Teori Pembelajaran Dewasa (Andragogi) oleh Malcolm Knowles. Knowles menekankan pentingnya pengalaman sebelumnya sebagai dasar pembelajaran, yang sejalan dengan inisiatif Tiara Photo Digital dalam melibatkan karyawan dalam pelatihan praktis menggunakan berbagai aplikasi dan perangkat lunak digital marketing.
2. Teori Penguasaan Teknologi (Technology Acceptance Model - TAM). Dalam konteks Tiara Photo Digital, adopsi berbagai aplikasi dan perangkat lunak digital marketing oleh karyawan dapat dijelaskan melalui lensa TAM, dimana pelatihan dan pengembangan meningkatkan persepsi karyawan tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi dalam strategi marketing.
3. Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers. Rogers menekankan peranan "early adopters" dalam mempercepat adopsi inovasi, yang sejalan dengan strategi Tiara Photo Digital dalam mengidentifikasi dan melatih karyawan kunci sebagai champions dalam penerapan digital marketing.
4. Teori Kepemimpinan Transformasional. Melalui komunikasi visi yang jelas mengenai pentingnya digital marketing dan kompetensi digital, serta menyediakan dukungan dan sumber daya yang memadai, manajemen Tiara Photo Digital menerapkan prinsip kepemimpinan transformasional untuk membimbing karyawan melalui perubahan dan inovasi dalam praktik pemasaran digital.

### **Sistem digital marketing berdampak terhadap peningkatan pengunjung perusahaan di Tiara Photo Digital**

Dalam konteks peningkatan pengunjung melalui strategi digital marketing di Tiara Photo Digital, manajemen perusahaan telah menempatkan fokus khusus pada pengembangan dan penerapan sistem digital marketing yang komprehensif. Untuk memastikan kesuksesan inisiatif ini, Tiara Photo Digital telah mengadopsi pendekatan terstruktur dalam melatih dan membekali karyawannya dengan pengetahuan dan alat yang diperlukan untuk memanfaatkan digital marketing secara efektif. Sebagai langkah

awal, perusahaan menyediakan panduan operasional (SOP) yang detail dan melakukan pembagian tugas serta fungsi yang jelas, sesuai dengan keahlian dan bidang kerja masing-masing karyawan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan General Manager Tiara Photo Digital Ibu Nurliah Ali pada hari Rabu, 26 Februari 2024, beliau menyatakan bahwa: "Kami memahami pentingnya digital marketing dalam meningkatkan visibilitas dan menarik pengunjung baru. Oleh karena itu, kami memastikan bahwa setiap karyawan mendapatkan akses ke SOP dan pelatihan yang relevan dengan tugas mereka. Ini memungkinkan mereka tidak hanya untuk memahami tugas mereka dalam konteks digital marketing tetapi juga untuk menerapkannya dengan cara yang paling efektif."

Lebih lanjut peneliti melanjutkan wawancara mendalam kepada Manajer Marketing, bapak Muhammad Ikramullah, pada hari Kamis, 07 Maret 2024, menyampaikan bahwa: "Sistem digital marketing kami telah terbukti meningkatkan jumlah pengunjung, baik secara online maupun offline. Ini karena kami fokus pada peningkatan kompetensi karyawan kami dalam memanfaatkan berbagai platform digital. Kami mengadakan pelatihan reguler untuk memastikan karyawan kami mahir dalam menggunakan aplikasi terbaru dan strategi pemasaran digital yang efektif."

Karyawan dibagian pelayanan Tiara Photo Digital Mutmainna menambahkan pada hari Jumat, 08 Maret 2024: "Kami memonitor frekuensi pemanfaatan strategi digital marketing dan secara aktif mengadaptasi kampanye kami untuk meningkatkan aksesibilitas dan interaktivitas. Kami juga menekankan pentingnya menghasilkan konten yang informatif dan menghibur, yang telah kami lihat berdampak langsung pada peningkatan engagement dan pengunjung."

Seorang pengunjung setia, Nur Fidyawati, berbagi pengalamannya pada hari Selasa, 05 Maret 2024: "Saya sering mengunjungi website dan media sosial Tiara Photo Digital karena mereka selalu memiliki konten yang menarik dan informatif. Interaksi melalui media sosial membuat saya merasa terhubung dan dihargai sebagai pelanggan. Ini adalah salah satu alasan saya terus kembali." Follower Instagram juga selaku pelanggan, Muh, fadil seorang pelajar yang melakukan komunikasi melalui DM (Delivered Message) di Instagram pada hari Jumat, 08 Maret 2024: "Awalnya saya mengetahui Tiara Photo Digital melalui instagram, saya DM untuk menanyakan berapa harga untuk berpoto beserta cetaknya, Alhamdulillah admin di Instagramnya fast respon. Dan saya merasa sangat dihargai."

Pemerhati Sosial Media dan ITE, Pak Amin Sani, berbagi pengalamannya pada hari Rabu, 13 Maret 2024: "Kami menggunakan berbagai aplikasi dan perangkat lunak untuk memaksimalkan upaya digital marketing kami, termasuk tools untuk analitik sosial media, email marketing, dan manajemen konten. Dengan memanfaatkan teknologi ini, kami dapat menargetkan audiens kami lebih efektif dan mengukur ROI dari kampanye digital marketing kami dengan lebih akurat."

Dari wawancara mendalam ini, diperoleh beberapa temuan kunci:

1. Peningkatan Kompetensi Karyawan: Karyawan Tiara Photo Digital telah mengalami peningkatan kompetensi digital yang signifikan, yang tercermin dari kemampuan mereka untuk lebih efektif dalam menggunakan alat digital marketing dan berkomunikasi dengan pelanggan. Ini memungkinkan untuk penerapan strategi digital marketing yang lebih efektif dan terarah.
2. Pemanfaatan Teknologi: Pemanfaatan aplikasi dan perangkat lunak modern telah memungkinkan Tiara Photo Digital untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kampanye digital marketing mereka. Hal ini, pada gilirannya, berkontribusi terhadap peningkatan pengunjung baik di media sosial maupun di studio foto fisik mereka.
3. Interaksi dengan Pengunjung: Melalui konten yang lebih interaktif dan menghibur, serta komunikasi yang lebih efektif, Tiara Photo Digital telah berhasil meningkatkan keterlibatan pelanggan. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memicu peningkatan pengunjung melalui word-of-mouth dan rekomendasi sosial media.

Dalam upaya memahami pengaruh sistem digital marketing terhadap peningkatan pengunjung di Tiara Photo Digital, penelitian ini mengintegrasikan temuan empiris dengan kerangka teoretis yang relevan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, terlihat jelas bahwa terdapat korelasi positif antara efektivitas digital marketing dan peningkatan jumlah pengunjung. Penelitian ini menghubungkan hasil penelitian dengan teori-teori terkait kompetensi digital karyawan dan digital marketing.

1. Integrasi dengan Teori Kompetensi Digital Karyawan. Dalam konteks Tiara Photo Digital, peningkatan intensitas dan frekuensi pemanfaatan digital marketing oleh karyawan, serta diversifikasi alat yang digunakan, mencerminkan pengembangan kompetensi digital yang telah menjadi fokus perusahaan.
2. Hubungan dengan Teori Efektivitas Digital Marketing. Tiara Photo Digital telah menunjukkan bagaimana peningkatan aksesibilitas dan konten interaktif serta

menghibur dapat secara signifikan meningkatkan engagement dan menarik lebih banyak pengunjung.

3. Penerapan Teori dalam Strategi Digital Marketing. Kredibilitas yang dibangun melalui konten informatif dan interaksi positif dengan pengunjung memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan penerapan sukses dari prinsip-prinsip teori kredibilitas online dalam praktik digital marketing.
4. Implikasi Teoritis. Implementasi strategi yang memanfaatkan kompetensi digital karyawan dan memfokuskan pada penciptaan konten yang aksesibel, interaktif, menghibur, dan informatif telah terbukti meningkatkan pengunjung. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur dengan menunjukkan aplikasi praktis dari teori-teori tersebut dalam konteks bisnis nyata, sekaligus menawarkan wawasan untuk praktik dan strategi digital marketing yang lebih efektif di masa depan.

## **Pembahasan**

### **Pengembangan Kompetensi Karyawan dalam Digital Marketing di Tiara Photo Digital**

Penelitian yang dilakukan di Tiara Photo Digital mengungkapkan strategi komprehensif dalam pengembangan kompetensi karyawan pada bidang digital marketing dan dampaknya terhadap peningkatan pengunjung serta kepuasan pelanggan. Hasil wawancara dengan berbagai stakeholder menunjukkan bahwa pendekatan terstruktur dalam pelatihan dan pembekalan karyawan dengan pengetahuan serta alat digital marketing merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital perusahaan.

### **Pengembangan Kompetensi Karyawan**

Pendekatan yang diadopsi oleh Tiara Photo Digital dalam mengembangkan kompetensi digital karyawannya mencerminkan pemahaman mendalam tentang bagaimana orang dewasa belajar dan mengaplikasikan pengetahuan baru. Dengan fokus pada relevansi langsung terhadap tugas dan pekerjaan sehari-hari, perusahaan berhasil menciptakan lingkungan pembelajaran yang tidak hanya meningkatkan keterampilan digital tetapi juga memotivasi karyawan untuk menerapkan pengetahuan tersebut secara kreatif dalam strategi digital marketing. Kesadaran manajemen tentang pentingnya pembaruan kontinyu terhadap kompetensi karyawan dalam teknologi dan praktik terbaru di digital marketing memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif di pasar yang

dinamis. Ini juga menciptakan budaya belajar dan adaptasi yang konstan, di mana karyawan merasa didukung dan didorong untuk bereksperimen dengan ide-ide baru dan meningkatkan strategi pemasaran digital mereka.

Lebih lanjut, pelaksanaan workshop dan kursus online memberikan fleksibilitas bagi karyawan untuk belajar pada kecepatan mereka sendiri, memungkinkan personalisasi pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengalaman mereka. Hal ini, sesuai dengan prinsip "Individualized Consideration" dalam Teori Kepemimpinan Transformasional, menunjukkan bagaimana Tiara Photo Digital tidak hanya fokus pada pengembangan keterampilan tetapi juga pada pengembangan individu.

Kesuksesan pendekatan ini terlihat dari kemampuan karyawan untuk tidak hanya mengikuti perkembangan digital marketing tetapi juga memainkan peran aktif dalam strategi inovatif. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang berorientasi pada orang dewasa dan terstruktur dapat secara efektif meningkatkan kemampuan dan motivasi karyawan dalam bidang yang sangat teknis dan cepat berubah seperti digital marketing.

Oleh karena itu, strategi pengembangan kompetensi karyawan yang diterapkan oleh Tiara Photo Digital tidak hanya berdampak pada peningkatan kemampuan teknis karyawan tetapi juga memperkuat komitmen mereka terhadap inovasi dan keunggulan dalam pemasaran digital. Ini menciptakan dasar yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan dan keberhasilan perusahaan dalam ekosistem digital yang kompetitif.

### **Implementasi dan Pemanfaatan Teknologi**

Implementasi dan pemanfaatan teknologi canggih di Tiara Photo Digital menjadi faktor penting dalam memperkuat strategi digital marketing mereka. Melalui penggunaan aplikasi dan perangkat lunak yang dirancang khusus untuk pemasaran digital, perusahaan berhasil meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye mereka, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pengunjung dan engagement pelanggan.

Adopsi teknologi oleh karyawan, seperti yang dijelaskan dalam Teori Penerimaan Teknologi (TAM), sangat bergantung pada bagaimana mereka mempersepsikan kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari teknologi tersebut. Dalam konteks Tiara Photo Digital, manajemen telah memperhatikan kedua aspek ini dengan menyediakan pelatihan yang memadai dan memastikan bahwa teknologi yang diadopsi memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari karyawan. Hal ini tidak hanya mempermudah karyawan dalam mengadopsi

teknologi baru tetapi juga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap efektivitas teknologi dalam meningkatkan kinerja kerja.

Lebih lanjut, penerapan teknologi yang strategis memungkinkan perusahaan untuk melakukan segmentasi pasar yang lebih akurat dan personalisasi kampanye, yang merupakan aspek kunci dalam pemasaran digital modern. Teknologi analitik memungkinkan pengumpulan data pelanggan yang detail, memberikan wawasan berharga yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Penggunaan teknologi dalam digital marketing di Tiara Photo Digital juga membuktikan pentingnya memilih dan menerapkan solusi teknologi yang tidak hanya canggih tetapi juga user-friendly. Dengan memastikan bahwa teknologi yang digunakan mudah dipahami dan diintegrasikan ke dalam rutinitas kerja karyawan, Tiara Photo Digital berhasil mengurangi hambatan adopsi teknologi dan meningkatkan kemungkinan penerapan strategi digital marketing yang sukses. Sehingga, pemanfaatan teknologi yang efektif dalam digital marketing membutuhkan lebih dari sekadar alat canggih; ini memerlukan pendekatan yang mempertimbangkan kemudahan penggunaan, relevansi operasional, dan dukungan pelatihan yang kuat. Dengan memfokuskan pada aspek-aspek ini, Tiara PhotonDigital berhasil menerjemahkan investasi teknologi menjadi hasil nyata berupa peningkatan pengunjung dan kepuasan pelanggan.

### **Interaktivitas dan Kepuasan Pelanggan**

Interaktivitas dan kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam strategi digital marketing Tiara Photo Digital, menggaris bawahi pentingnya membangun hubungan yang kuat dan positif dengan audiens. Penerapan konten yang informatif dan menghibur tidak hanya meningkatkan engagement namun juga menempatkan perusahaan sebagai sumber yang kredibel dan menarik dalam industri fotografi. Strategi ini, yang sesuai dengan Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers, mengoptimalkan penyebaran informasi mengenai layanan dan produk Tiara Photo Digital, memfasilitasi adopsi yang lebih luas di kalangan target audiens.

Lebih lanjut, peningkatan interaktivitas dan engagement melalui media digital menciptakan kesan positif pada pengunjung, yang secara tidak langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna mempercepat proses "word of mouth", yang sangat efektif dalam era digital. Ini mengindikasikan

bahwa penerapan prinsip difusi inovasi dalam konteks digital marketing tidak hanya fokus pada penyebaran teknologi atau produk baru, tetapi juga pada penyebaran ide dan konten yang mendorong interaksi positif dengan merek.

Efek dari strategi ini terlihat dalam feedback positif dari pengunjung berulang dan baru, yang mengakui perubahan signifikan dalam cara perusahaan berkomunikasi dan berinteraksi dengan mereka. Dengan mengedepankan personalisasi dan relevansi dalam konten, Tiara Photo Digital berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun komunitas online yang aktif dan terlibat. Ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan yang ditawarkan tetapi juga pada kualitas. Dalam konteks lebih luas, praktek ini menegaskan bahwa pemasaran digital yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang audiens sasaran dan kemampuan untuk terlibat dengan mereka secara berarti. Ini mencakup pemilihan platform yang tepat, desain konten yang sesuai, dan penggunaan analitik untuk memperbaiki strategi secara berkelanjutan. Strategi Tiara Photo Digital dalam meningkatkan interaktivitas dan kepuasan pelanggan melalui digital marketing mencerminkan pendekatan yang terintegrasi dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berubah, menunjukkan efektivitas aplikasi teori difusi inovasi dalam praktik bisnis modern.

### **Kepemimpinan dan Inovasi**

Kepemimpinan transformasional yang diterapkan oleh manajemen Tiara Photo Digital berperan krusial dalam membangun pondasi yang kuat untuk inovasi dan pengembangan kompetensi karyawan dalam lingkup digital marketing. Melalui pendekatan kepemimpinan yang mengutamakan visi yang jelas dan komunikasi yang efektif, manajemen tidak hanya memperlihatkan jalan menuju tujuan perusahaan tetapi juga menanamkan kepercayaan dan motivasi pada karyawan untuk mengejar pencapaian tersebut.

Dengan mengedepankan motivasi inspiratif, manajemen Tiara Photo Digital berhasil menciptakan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas dan eksplorasi ide baru. Ini sesuai dengan komponen kepemimpinan transformasional yang mendorong stimulasi intelektual, di mana karyawan diberi ruang untuk bertanya, menantang status quo, dan mencari solusi inovatif untuk masalah pemasaran. Ini tidak hanya meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital tetapi juga memberikan karyawan rasa kepemilikan dan kebanggaan atas kontribusi mereka terhadap kesuksesan perusahaan.

Selain itu, pemberian pertimbangan individual oleh manajemen terhadap kebutuhan dan aspirasi karyawan menciptakan hubungan yang lebih erat antara karyawan dan perusahaan. Pendekatan ini memfasilitasi pengembangan pribadi dan profesional, yang esensial dalam lingkungan kerja yang dinamis dan cepat berubah seperti digital marketing. Kepemimpinan yang memahami dan mendukung aspirasi karyawan ini menegaskan nilai-nilai dari kepemimpinan transformasional dalam membangun tim yang kuat dan berdedikasi.

Pengembangan kompetensi karyawan dalam digital marketing merupakan langkah strategis yang esensial bagi Tiara Photo Digital dalam meningkatkan pengunjung dan kepuasan pelanggan. Melalui pendekatan pelatihan yang terstruktur, pemanfaatan teknologi canggih, dan strategi konten yang interaktif, perusahaan berhasil mengimplementasikan kampanye digital marketing yang efektif. Kesuksesan ini tidak hanya mencerminkan komitmen dan kepemimpinan manajemen tetapi juga pentingnya keterlibatan aktif karyawan dalam proses inovasi digital. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan sumber daya manusia dalam era digital tidak hanya mendukung tujuan pemasaran tetapi juga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### **Sistem digital marketing berdampak terhadap peningkatan pengunjung perusahaan di Tiara Photo Digital**

Penelitian tentang dampak sistem digital marketing terhadap peningkatan pengunjung di Tiara Photo Digital mengintegrasikan temuan empiris dengan teori-teori relevan, memberikan bukti kuat tentang efektivitas strategi digital marketing yang diterapkan oleh perusahaan. Analisis mendalam terhadap kompetensi digital karyawan dan implementasi strategi digital marketing menunjukkan bahwa keduanya memiliki peranan penting dalam menghasilkan peningkatan jumlah

### **Integrasi dengan Teori Kompetensi Digital Karyawan**

Melanjutkan pembahasan tentang integrasi dengan Teori Kompetensi Digital Karyawan, Tiara Photo Digital memperlihatkan pemahaman bahwa keterampilan digital bukan hanya aset individual tetapi juga aset organisasional yang berharga. Penerapan inisiatif pelatihan yang menyeluruh tidak hanya memperkuat kapasitas individu tetapi juga membangun fondasi kompetensi kolektif yang memungkinkan perusahaan untuk merespons secara dinamis terhadap perubahan tren pasar dan perilaku konsumen.

Dengan demikian, pendekatan ini menciptakan ekosistem internal di mana inovasi dapat berkembang dari bawah ke atas, di mana setiap karyawan berkontribusi pada strategi digital marketing secara keseluruhan.

Pengembangan kompetensi digital yang berkelanjutan di Tiara Photo Digital juga mencerminkan pengakuan terhadap laju perubahan teknologi dan pasar digital yang cepat. Dalam lingkungan yang serba cepat ini, kemampuan untuk belajar dan beradaptasi menjadi sama pentingnya dengan pengetahuan teknis itu sendiri. Oleh karena itu, inisiatif pelatihan yang dirancang oleh perusahaan tidak hanya fokus pada pengembangan keterampilan teknis tetapi juga pada pengembangan kemampuan belajar untuk belajar. Ini sesuai dengan konsep "belajar untuk belajar" dalam teori pembelajaran dewasa, yang menekankan pentingnya keterampilan metakognitif yang memungkinkan individu untuk menilai kebutuhan pembelajaran mereka sendiri dan menavigasi sumber belajar secara efektif.

Dalam konteks digital marketing, kemampuan ini sangat berharga. Karyawan yang dilengkapi dengan keterampilan belajar mandiri dan kapasitas adaptasi yang tinggi lebih cenderung untuk mengidentifikasi peluang baru dalam pemasaran digital, bereksperimen dengan strategi baru, dan secara proaktif mencari solusi untuk tantangan yang muncul. Ini menghasilkan sebuah lingkungan kerja yang agile dan inovatif, di mana perubahan tidak hanya direspons tetapi juga diantisipasi dan dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk pertumbuhan.

Selain itu, komitmen Tiara Photo Digital terhadap pengembangan kompetensi digital karyawan menunjukkan pengakuan terhadap nilai sinergi antara teknologi dan manusia. Dalam era di mana alat dan platform digital marketing berkembang dengan pesat, keterampilan manusia dalam kreativitas, empati, dan analisis strategis menjadi lebih penting dari sebelumnya. Dengan melengkapi karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan digital, sambil juga mendorong pengembangan kompetensi "manusia" seperti pemikiran kritis dan kerja tim, Tiara Photo Digital memastikan bahwa strategi digital marketingnya seimbang antara efisiensi teknologi dan kecerdasan manusia.

Integrasi teori kompetensi digital karyawan ke dalam strategi pengembangan karyawan Tiara Photo Digital mencerminkan pendekatan yang holistik dan berwawasan ke depan. Melalui investasi berkelanjutan dalam pembelajaran dan pengembangan, perusahaan tidak hanya meningkatkan kapasitas digital marketing saat ini tetapi juga mempersiapkan timnya untuk inovasi dan tantangan masa depan. Ini menegaskan bahwa di pusat dari setiap strategi digital marketing yang sukses terdapat kompetensi digital

karyawan yang kuat, didukung oleh budaya belajar yang berkelanjutan dan kepemimpinan yang mendorong pertumbuhan dan inovasi.

### **Hubungan dengan Teori Efektivitas Digital Marketing**

Hubungan antara praktek Tiara Photo Digital dengan Teori Efektivitas Digital Marketing menunjukkan bagaimana penerapan strategi digital marketing yang efektif, yang didukung oleh kompetensi digital karyawan yang tinggi, dapat meningkatkan pengunjung dan kepuasan pelanggan. Teori ini, yang menguraikan bagaimana digital marketing dapat digunakan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen, menjadi dasar bagi Tiara Photo Digital dalam merancang dan melaksanakan kampanyenya.

Teori ini menekankan pentingnya memahami perilaku konsumen dalam lingkungan digital, serta menggunakan analisis data untuk menginformasikan strategi pemasaran. Dalam konteks Tiara Photo Digital, ini berarti menggunakan data dari interaksi pelanggan online untuk menyesuaikan dan meningkatkan kampanye pemasaran, memastikan bahwa konten tidak hanya informatif dan menghibur, tetapi juga relevan dan menarik bagi audiens target. Implementasi strategi ini mencerminkan prinsip aksesibilitas dan interaktivitas yang diuraikan dalam teori, di mana peningkatan dalam kedua aspek ini dikaitkan dengan peningkatan engagement pelanggan dan, pada akhirnya, pengunjung ke studio foto.

Penelitian ini menggaris bawahi bagaimana integrasi antara kompetensi digital karyawan dan penerapan strategi digital marketing yang efektif, yang didasarkan pada prinsip-prinsip teori efektivitas digital marketing, berkontribusi pada peningkatan pengunjung di Tiara Photo Digital. Melalui penggunaan data untuk memahami perilaku pelanggan, penciptaan konten yang berkualitas, dan interaksi yang berarti, Tiara Photo Digital tidak hanya meningkatkan kehadirannya di ranah digital tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan, yang pada gilirannya mendorong kunjungan berulang dan word-of-mouth yang positif. Kesuksesan strategi ini menegaskan pentingnya pendekatan yang berbasis data dan pelanggan dalam merancang dan mengimplementasikan kampanye digital marketing yang efektif.

### **Penerapan Teori dalam Strategi Digital Marketing**

Penerapan teori dalam strategi digital marketing oleh Tiara Photo Digital tidak hanya mencerminkan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar digital saat ini

tetapi juga penekanan pada nilai strategis dari pemasaran digital yang berbasis teori. Ini termasuk integrasi dengan Teori Penerimaan Teknologi (TAM) oleh Fred Davis, yang memfokuskan pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai faktor kunci yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh karyawan. Penerapan teori ini telah memungkinkan Tiara Photo Digital untuk secara strategis memilih dan mengimplementasikan teknologi yang tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan pemasaran tetapi juga mudah digunakan dan diterima oleh karyawan, sehingga memaksimalkan penggunaan dan efektivitas alat digital. Selanjutnya, strategi digital marketing Tiara Photo Digital yang mengedepankan interaktivitas dan konten informatif serta menghibur berakar pada prinsip-prinsip dari Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers.

Dengan memfokuskan pada pembuatan dan distribusi konten yang menarik dan relevan, Tiara Photo Digital telah berhasil mempercepat adopsi dan penyebaran informasi tentang layanan dan produknya di kalangan target audiens. Hal ini menunjukkan pemahaman bahwa inovasi tidak hanya berupa produk atau teknologi baru tetapi juga termasuk cara baru dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan melalui media digital. Dalam mengimplementasikan teori-teori ini ke dalam strategi pemasarannya, Tiara Photo Digital juga memperlihatkan pemahaman tentang Teori Kepemimpinan Transformasional, khususnya dalam konteks motivasi inspiratif dan stimulasi intelektual. Melalui kepemimpinan yang menginspirasi dan mendorong inovasi, Tiara Photo Digital telah menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan kompetensi karyawan dan pengembangan strategi digital marketing yang inovatif. Pendekatan ini menekankan pada pentingnya kepemimpinan dalam mengarahkan dan memfasilitasi implementasi strategi digital marketing yang sukses.

### **Implikasi Teoritis dan Praktis**

Implikasi dari integrasi teori kompetensi digital karyawan dalam praktik Tiara Photo Digital menawarkan wawasan penting baik dari perspektif teoritis maupun praktis. Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa kompetensi digital tidak hanya berperan sebagai pendorong efisiensi operasional tetapi juga sebagai katalisator untuk inovasi dan keunggulan strategis dalam konteks pemasaran digital. Ini mendemonstrasikan aplikasi nyata dari model kompetensi yang diusulkan oleh Spencer dan Spencer (1993), di mana kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan dalam cara yang menghasilkan kinerja tinggi ditekankan.

Secara praktis, fokus Tiara Photo Digital pada pengembangan kompetensi digital karyawan mencerminkan pendekatan progresif dalam mengelola sumber daya manusia dalam era digital. Ini menunjukkan bahwa untuk meraih kesuksesan dalam pemasaran digital, perusahaan perlu melampaui sekedar adopsi teknologi terbaru dan harus berinvestasi dalam upaya pelatihan dan pengembangan yang mendalam untuk karyawannya. Implikasi praktisnya bagi perusahaan lain dalam industri serupa adalah bahwa pembangunan kapasitas internal melalui Pendidikan dan pembelajaran yang berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam memanfaatkan sepenuhnya potensi pemasaran digital.

Pentingnya peningkatan kompetensi digital juga menekankan pada perubahan dinamika pasar dan teknologi. Ini menggaris bawahi implikasi praktis dari teori pembelajaran dewasa atau andragogi, yang menyarankan bahwa program pelatihan harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik dan konteks profesional karyawan, sehingga memaksimalkan relevansi dan aplikasi pembelajaran. Lebih lanjut, fokus pada pengembangan keterampilan digital dan inovasi membuka peluang bagi Tiara Photo Digital untuk terus mengadaptasi dan meningkatkan strategi pemasaran digitalnya. Hal ini menciptakan siklus positif di mana peningkatan kompetensi karyawan berkontribusi pada implementasi strategi yang lebih efektif, yang pada gilirannya menghasilkan hasil bisnis yang lebih baik dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Dalam hal ini, Tiara Photo Digital mencontohkan bagaimana teori dan praktik dapat bersinergi untuk mencapai tujuan bisnis. Integrasi antara teori kompetensi digital karyawan dengan praktik pengembangan sumber daya manusia di perusahaan menunjukkan bahwa investasi dalam pembelajaran dan pengembangan karyawan merupakan investasi strategis yang mendorong inovasi dan pertumbuhan bisnis.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang “Analisis Pengembangan Kompetensi Karyawan Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Di Tiara Photo Digital maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Manajemen Tiara Photo Digital telah mengimplementasikan serangkaian strategi efektif untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam memanfaatkan digital marketing. Langkah-langkah ini meliputi pelatihan dan workshop yang berfokus pada penggunaan alat digital marketing, strategi konten, dan analisis data. Karyawan diajarkan untuk tidak hanya menggunakan, tetapi juga untuk memahami dan

menganalisis hasil dari upaya pemasaran digital mereka. Ini telah mengarah pada peningkatan kemampuan karyawan untuk berkontribusi secara efektif terhadap strategi digital marketing perusahaan, yang tercermin dalam interaksi yang lebih dinamis dengan pelanggan dan penggunaan teknologi pemasaran digital yang lebih luas.

2. Sistem digital marketing yang diterapkan oleh Tiara Photo Digital telah berdampak signifikan terhadap peningkatan pengunjung. Melalui peningkatan aksesibilitas, konten yang interaktif dan menghibur, serta komunikasi yang lebih efektif dengan pengunjung, perusahaan telah berhasil meningkatkan engagement pelanggan dan menarik lebih banyak pengunjung baik secara online maupun offline. Penggunaan aplikasi dan perangkat lunak modern untuk analisis data dan target pasar juga telah memperkuat efektivitas upaya digital marketing, membantu perusahaan untuk lebih tepat sasaran dalam menjangkau audiensnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Dja'wa, A. (2021). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI DESA WAWOANGI KEC. SAMPOIAWA DITENGAH PANDEMIC COVID-19. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–80. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455>
- Abendroth, A.-K., & Reimann, M. (2023). ORGANISATIONAL INHIBITION AND PROMOTION OF FLEXIBLE WORKING IN DIGITALISED WORK ENVIRONMENTS. *NEW TECHNOLOGY, WORK AND EMPLOYMENT*. Scopus. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12275>
- Abil, Y., & Bauyrzhankyzy, A. (2023). THE CREATION OF PUBLIC VALUE IN THE PROCESS OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF PUBLIC ADMINISTRATION IN KAZAKHSTAN. *Public Policy and Administration*, 22(4), 434–447. Scopus. <https://doi.org/10.13165/VPA-23-22-4-04>
- Ableitinger, C., & Dorner, C. (2023). MEASURING AUSTRIAN STUDENTS' PROCEDURAL KNOWLEDGE AT THE END OF UPPER SECONDARY LEVEL. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology*. Scopus. <https://doi.org/10.1080/0020739X.2023.2209093>

- Adámek, E., Durda, L., Fridrich, M., & Nálepová, V. (2023). HOW FIRMS IN THE SERVICE SECTOR CHANGED THEIR BEHAVIOR DURING THE COVID-19 PANDEMIC - A CASE STUDY FROM THE MORAVIAN-SILESIA REGION. *European Journal of Business Science and Technology*, 9(1), 56–69. Scopus. <https://doi.org/10.11118/ejobsat.2023.007>
- Adams, D., Simpson, K., Davies, L., Campbell, C., & Macdonald, L. (2019). ONLINE LEARNING FOR UNIVERSITY STUDENTS ON THE AUTISM SPECTRUM: A SYSTEMATIC REVIEW AND QUESTIONNAIRE STUDY. *Australasian Journal of Educational Technology*, 35(6), 111–131. Scopus. <https://doi.org/10.14742/ajet.5483>
- Adhan, M., & Prayogi, M. (2021). PERANAN KINERJA PEGAWAI: KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA. *Seminar Nasional Teknologi ...*, Query date: 2024-01-19 08:26:28. <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/321>
- Aditya, A., Andini, L., & Sa'adah, L. (2021). PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA DENGAN PENGEMBANGAN KARIER SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JMK (Jurnal, Query date: 2024-01-19 01:38:59. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/1214>*
- Adlini, M., Dinda, A., Yulinda, S., & ... (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA. *Edumaspul: Jurnal ...*, Query date: 2024-01-20 03:00:38. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/3394>
- Bahtiar, B., & Abdullah, R. (2020). PENGARUH ANALISIS TEKNIKAL MOVING AVERAGE CONVERGENCE DIVERGENCE (MACD) DAN MOVING AVERAGE (MA) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAHAM (STUDI PADA KELOMPOK STUDI PASAR MODAL “KSPM” UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BUTON). *ENTRIES*, 2(2), 91-107.
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, Query date: 2024-03-01 03:34:40. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2111570>
- CHERYL, C. (2023). PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI, LITERASI KEUANGAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN

- PENGGUNAAN TRANSAKSI DIGITAL (E .... Digilib.unila.ac.id.  
<http://digilib.unila.ac.id/69292/>
- Deo, K., Suprojo, A., & Fithriana, N. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN KEMAMPUAN OPERASIONAL SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DALAM PROGRAM PERENCANAAN KINERJA PEGAWAI (STUDI PADA BADAN KEPEGAWAIAN .... 103.164.117.216.  
<http://103.164.117.216/handle/071061/2287>
- Dewi, N., Luayyi, S., & Attarie, P. (2022). ANALISIS PERBANDINGAN VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN STRATEGI PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DI MASA PANDEMI COVID-19 (Pada .... Jurnal Ilmiah..., Query date: 2024-03-14 01:48:42.  
<https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/CendekiaAkuntansi/article/view/2950>
- Dja'wa, A. ., Darmanto, D., Sule, S. A., Abdullah, D., Abdullah, R. ., & Nilma, W. L. . (2024). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAKAN MEDIA PEMBELAJARAN DARING GOOGLE CLASSROOM BAGI GURU DI MASA NEW NORMAL . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 3(01), 33–37. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v3i01.996>
- Fahira, D., Agustina, E., & Qurhtuby, M. (2021). DIGITAL MARKETING IMPLEMENTATION: IMPLENTASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN INDUSTRI DI KELURAHAN TANGKERANG. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Query date: 2024-03-14 01:49:24. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958>
- Junaedi, G. (2020). TINJAUAN PENILAIAN KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL PADABADAN KEPEGAWAIAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA (BKPSDM).<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/13>
- Muthalib, Dzulfikri Azis Dkk. 2023. ETIKA PROFESI DALAM DUNIA BISNIS. Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Muthalib, Dzulfikri Azis Dkk. 2023. ETIKA BISNIS. Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Pratiwi, E. T., & Abdullah, R. (2019, February). Whistleblowing Systems as an Initial Effort to Prevention and Detection of Fraud. In *5th Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2018)* (pp. 22-26). Atlantis Press.

- Purnomo, B. G., Rohmantoro, D., Yulanto, D. M., & Januariyansah, S. (2023). ANALYSIS OF ONLINE LEARNING IMPLEMENTATION IN PRACTICAL COURSES AT PGRI UNIVERSITY YOGYAKARTA. 2491. Scopus. <https://doi.org/10.1063/5.0105717>
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). SOSIALISASI PENGGUNAAN ECOMMERCE DALAM PERKEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *Abdi Jurnal Publikasi*, Query date: 2024-03-14 01:55:29. <http://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/view/3>
- Siregar, L., & Nasution, M. (2020). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PENINGKATAN BISNIS ONLINE. ...: *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Query date: 2024-03-14 01:55:29. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/331>
- Spence, B. G., Ricci, J., & McCuaig, F. (2019). NURSE PRACTITIONERS IN ORTHOPAEDIC SURGICAL SETTINGS: A REVIEW OF THE LITERATURE. *Orthopaedic Nursing*, 38(1), 17–24. Scopus. <https://doi.org/10.1097/NOR.0000000000000514>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). METODE PENELITIAN KOMUNIKASI (KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN CARA MUDAH MENULIS ARTIKEL PADA JURNAL INTERNASIONAL). *eprints.upnyk.ac.id*. <http://eprints.upnyk.ac.id/27727/1/Buku%20Metode%20Penelitian%20Komunikasi.pdf>.
- Suprianto, H. ., Darmanto, D., Tabash, M. I. ., & Abdullah, R. . (2024). PENGARUH AKUNTANSI MANAJEMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PT. SULTRA KENDARI. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(01), 11–24. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v3i01.972>
- Ulya, W. (2022). PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERKEMBANGAN FINANCIAL TECHNOLOGY DI INDONESIA. *Perwira Journal of Economics & Business*. <https://ejournal.unperba.ac.id/index.php/pjeb/article/view/80>
- Werdiningsih, Rini Dkk. 2023. KONSEP DASAR TEORI ORGANISASI. Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.