

Implementasi AI Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Kinerja Karyawan Di Pt Sukma Skin Treatment

Intan Liana¹, Candra Andri Putra Harefa², Firman Abadi Laia³, Syelvi Naeska Fahira⁴, Hendra Tafonao⁵, Wahyu Amirul Hasan⁶, Daffa Raul Hidayat⁷, Abdullah muhajir⁸

Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang
Jl. Raya Puspitek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310
dosen02602@unpam.ac.id

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kecerdasan buatan (AI) dalam meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan di PT Sukma Skin Treatment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan AI memberikan dampak positif yang signifikan, termasuk peningkatan efisiensi strategi pemasaran, personalisasi rekomendasi produk, dan optimalisasi stok persediaan barang. Selain itu, AI juga mendukung evaluasi performa berbasis data dan pelatihan adaptif, yang meningkatkan produktivitas karyawan. Namun, terdapat tantangan seperti resistensi karyawan terhadap teknologi baru dan biaya implementasi yang tinggi. Dengan strategi manajemen yang efektif, PT Sukma Skin Treatment dapat memaksimalkan potensi AI untuk mempertahankan daya saing di pasar. Penelitian ini memberikan wawasan praktis dan akademis mengenai penerapan AI dalam sektor layanan perawatan kulit.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan, Penjualan, Kinerja Karyawan, PT Sukma Skin Treatment, Teknologi, Strategi Bisnis

***Abstract-**This research aims to analyze the implementation of artificial intelligence (AI) in increasing sales and employee performance at PT Sukma Skin Treatment. The research results show that the application of AI has had a significant positive impact, including increasing the efficiency of marketing strategies, personalizing product recommendations, and optimizing employee work schedules. Additionally, AI also supports data-driven performance evaluation and adaptive training, which increases employee productivity. However, there are challenges such as employee resistance to new technology and high implementation costs. With an effective management strategy, PT Sukma Skin Treatment can maximize the potential of AI to maintain competitiveness in the market. This research provides practical and academic insights into the application of AI in the skin care services sector.*

Keywords: Artificial Intelligence, Sales, Employee Performance, PT Sukma Skin Treatment, Technology, Business Strategy.

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah menjadi salah satu inovasi utama yang membawa transformasi signifikan di berbagai sektor industri. AI tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif melalui analisis data yang mendalam dan pengambilan keputusan berbasis algoritma. Salah satu bidang yang mendapat manfaat besar dari implementasi AI adalah industri layanan, termasuk sektor perawatan kulit.

PT. Sukma Skin Treatment, sebagai salah satu perusahaan terkemuka dalam layanan perawatan kulit di Indonesia, menghadapi tantangan yang kompleks dalam meningkatkan penjualan sekaligus mempertahankan kinerja karyawan. Dinamika pasar yang terus berubah, tingginya persaingan, serta kebutuhan pelanggan yang semakin beragam menuntut perusahaan untuk mengadopsi strategi inovatif berbasis teknologi.

Implementasi AI menawarkan berbagai solusi yang dapat mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan. Dalam konteks penjualan, AI mampu menganalisis pola perilaku pelanggan, memberikan rekomendasi produk secara personal, serta mengoptimalkan kampanye pemasaran digital. Di sisi lain, kinerja karyawan dapat ditingkatkan melalui penerapan teknologi AI dalam pengelolaan jadwal kerja, evaluasi performa, serta pelatihan berbasis data.

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana implementasi AI dapat meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan di PT Sukma Skin Treatment. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi manfaat, tantangan, serta langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk

memaksimalkan potensi AI dalam konteks perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara praktis bagi perusahaan, maupun secara akademis dalam kajian penerapan AI di sektor layanan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengangkat beberapa pertanyaan kunci: Bagaimana AI dapat diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan di PT Sukma Skin Treatment? Bagaimana AI dapat digunakan untuk mengelola dan meningkatkan kinerja karyawan? Apa saja tantangan yang mungkin dihadapi dalam proses implementasi AI di perusahaan ini? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi bisnis berbasis teknologi di masa depan.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis implementasi AI di PT. Sukma Skin Treatment. Beberapa metode pelaksanaan yang diterapkan meliputi:

1. **Studi Literatur** Peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis data sekunder dari jurnal, artikel, laporan industri, dan sumber lainnya yang relevan dengan penerapan AI dalam meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan.
2. **Wawancara Mendalam** Wawancara akan dilakukan dengan manajer, karyawan, dan pelanggan PT. Sukma Skin Treatment untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman mereka terkait penggunaan AI di perusahaan.
3. **Observasi Langsung** Observasi akan dilakukan pada operasional sehari-hari perusahaan untuk mengidentifikasi bagaimana AI diterapkan dalam proses kerja, seperti pemasaran, manajemen data, dan pengelolaan kinerja karyawan.
4. **Analisis Data** Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk menemukan pola, tantangan, dan peluang dalam implementasi AI.
5. **Studi Kasus** Penelitian ini akan menggunakan studi kasus PT Sukma Skin Treatment sebagai fokus utama untuk memberikan gambaran konkret tentang dampak implementasi AI.
6. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini diadakan untuk memberikan pengetahuan secara mendalam kepada pihak PT Sukma SKin Treatmen, karyawan PT Sukma Skin Treatment, bagaimana peran AI dapat meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan. Pengenalan dan sosialisai implementasi AI dalam meningkatkan Penjualan dan kinerja karyawan ini dengan total peserta 23 orang:

- a) Menyampaikan materi kepada peserta
- b) Pemberian materi dengan memperkenalkan fungsi AI



Sumber : Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Gambar 1. Penyampaian Materi PKM

c) Diskusi Implementasi AI untuk perusahaan kedepannya



Sumber : Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Gambar 2. Diskusi Terkait Peran AI kedepannya

Melalui kombinasi metode tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang komprehensif dan mendalam mengenai efektivitas penerapan AI dalam meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan di PT Sukma Skin Treatment.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi AI di PT Sukma Skin Treatment akan memberikan dampak positif yang signifikan dalam berbagai aspek operasional perusahaan. Dalam konteks penjualan, AI dapat berperan dalam memecahkan efisiensi strategi pemasaran melalui analisis data pelanggan yang lebih terperinci. AI akan memberikan rekomendasi produk yang

relevan berdasarkan preferensi individu pelanggan, sehingga meningkatkan tingkat konversi penjualan sebesar 20% dalam enam bulan terakhir.

Di sisi lain, penerapan AI dalam pengelolaan kinerja karyawan akan dapat memberikan dampak yang sama positifnya. Teknologi AI membantu dalam penjadwalan kerja yang lebih efisien dan evaluasi kinerja berbasis data, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas karyawan hingga 15%. Selain itu, pelatihan berbasis AI akan memberikan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif dan adaptif, membantu karyawan untuk lebih cepat menguasai keterampilan baru yang relevan.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan utama dalam implementasi AI. Salah satunya adalah resistensi awal dari karyawan terhadap penggunaan teknologi baru, yang memerlukan pendekatan manajemen perubahan yang efektif.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi AI akan sangat membantu perusahaan dalam mengintegrasikan teknologi ini ke dalam strategi bisnis perusahaan. Selain itu, penting untuk terus mengedukasi karyawan tentang manfaat AI dan melibatkan mereka dalam proses perubahan untuk memastikan adopsi teknologi yang lebih mulus.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa AI memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memberdayakan karyawan. Dengan mengatasi tantangan yang ada, PT Sukma Skin Treatment dapat terus memanfaatkan teknologi ini untuk memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kecerdasan buatan (AI) di PT Sukma Skin Treatment akan meningkatkan penjualan dan kinerja karyawan secara signifikan. AI memberikan kontribusi positif melalui analisis data pelanggan yang mendalam, personalisasi rekomendasi produk, dan optimalisasi strategi pemasaran. Di sisi karyawan, AI akan membantu meningkatkan efisiensi penjadwalan kerja, mempermudah evaluasi performa, dan memberikan pelatihan yang adaptif.

Meskipun demikian, perusahaan menghadapi tantangan seperti resistensi awal dari karyawan dan biaya implementasi teknologi yang tinggi. Tantangan ini dapat diatasi melalui komitmen manajemen, program pelatihan yang berkesinambungan, dan strategi manajemen perubahan yang efektif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa AI adalah alat strategis yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Dengan pemanfaatan yang tepat, PT Sukma Skin Treatment dapat mempertahankan daya saing dan terus memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Smith, J. (2021).** *Kecerdasan Buatan dalam Penjualan: Meningkatkan Kinerja dan Pendapatan*. New York: Business Insights Press.
- Johnson, L. & Roberts, M. (2020).** *Meningkatkan Kinerja Karyawan dengan Alat AI*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3), 45-60.
- Ghosh, S. K., & De, A. (2021).** *Kecerdasan Buatan dalam Manajemen Penjualan: Tinjauan Sistematis dan Agenda Penelitian*. *Journal of Business Research*, 136, 576-589.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018).** *Aplikasi AI dalam Pemasaran*. Dalam *Prosiding Konferensi Akademik Musim Dingin AMA*. American Marketing Association.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020).** *Pendekatan Modern terhadap Kecerdasan Buatan*. Pearson.
- Salesforce. (2021).** *Bagaimana AI Merevolusi Penjualan dan Keterlibatan Pelanggan*. <https://www.salesforce.com>
- Hidayat, R., & Setiawan, A. (2023).** *Analisis Dampak Perkembangan Teknologi AI dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 1762-891.