



ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP USIA DAN TINGKAT PENDIDIKAN TENAGA KERJA UMKM YANG MENGELOLA DATA INSIGHT INSTAGRAM BISNIS: STUDI KASUS UMKM DI PALEMBANG

Mirza Putri Andita¹

¹⁾ *Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Indonesia*

¹⁾ mirza.putri@palcomtech.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 07 Maret 2024 Direvisi 23 April 2024 Diterima 15 Mei 2024 Tersedia online 29 Mei 2024</p> <p>Kata Kunci Analisis deskriptif, UMKM, data insight</p> <p>Keywords Adescriptive analysis, MSME, data insight</p>	<p>Banyaknya konsumen yang aktif mencari informasi produk melalui Instagram telah mendorong para UMKM untuk membuka akun Instagram Bisnis. Data yang disediakan di <i>Insight Instagram Business</i>, seperti profil audiens, dapat menjadi sumber informasi penting bagi pemilik bisnis untuk mengembangkan rencana strategi pemasaran produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mayoritas usia dan tingkat pendidikan tenaga kerja UMKM di Palembang yang telah menggunakan data di <i>Insight Instagram Bisnis</i> untuk mendukung keputusan bisnisnya. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 UMKM telah menggunakan fitur <i>Insight</i> di Instagram dalam kurun waktu 1 tahun terakhir (1 Januari 2023 – 1 Januari 2024). Hasil penelitian ini menemukan bahwa 90% tenaga kerja UMKM di Palembang yang telah menggunakan data di <i>Insight Instagram Bisnis</i> berusia 21 – 30 tahun, sedangkan 65% tenaga kerja UMKM yang disurvei telah menempuh tingkat pendidikan S1 atau D3 sederajat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang kalangan UMKM di Palembang yang telah memanfaatkan data dari media sosial untuk meningkatkan kinerja bisnis.</p> <p>ABSTRACT</p> <p>Employees working in government institutions currently consist of several formations, namely State Civil Apparatus (ASN), Government Employees with Work Agreements (PPPK), and Non-Civil Servant Government Employees (PPNPN). For non-civil servant government employees, these include non-permanent employees, honorary employees, special staff, and other employees whose income is charged to the APBN. PPNPN such as honorary employees and non-permanent employees have a high turnover rate due to their low level of motivation. This is because PPNPN does not seem to have a clear career level compared to ASN and PPPK. The unclear career path at PPNPN makes employees have a low level of motivation and always look for other job opportunities compared to their current place of work. This study was conducted to find the relationship between promotion to be able to increase work motivation in PPNPN employees in the Type A Pakupatan Serang Banten terminal environment. With this research, it is hoped that there will be a solution to increase the work motivation of PPNPN employees. The method used in this study is a quantitative method, a research method based on the philosophy of positivism, as a scientific method because it has met scientific principles in a concrete or empirical, objective, measurable, rational, and systematic manner. The regression equation for the Implementation of Job Promotion and Employee Work Motivation is $\hat{Y} = 18.5 + 0.96X$. Furthermore, the regression equation can be used to predict (forecast) how much the value in the dependent variable (Increasing Employee Work Motivation) will occur if the value in the independent variable (Increasing Employee Work Motivation) is determined.</p>

Corresponding author: ¹ mirza.putri@palcomtech.ac.id

1. Pendahuluan

Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi tren dominan dalam dunia bisnis saat ini, termasuk di kalangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia (Handayani et al., 2023). Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah yang mendorong UMKM untuk membuka kehadiran bisnis mereka (*online presence*) di platform *online* seperti media sosial (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2022). Selain itu, masyarakat Indonesia lebih suka mencari informasi tentang merek dan produk melalui media sosial daripada mengunjungi situs web resmi (Hasya, 2023). Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia (Annur, 2023).

Instagram telah mengambil tindakan yang signifikan dalam menyediakan kemudahan bagi UMKM untuk mengelola akun bisnisnya di *platform* ini. Melalui peluncuran *Instagram Business*, platform ini menyediakan layanan agar UMKM dapat mengakses data profil audiens akunnya melalui fitur *Insight* (Instagram, 2021). Data yang ada di *insight Instagram Business* juga menyajikan data interaksi antara akun bisnis Instagram dengan audiens, termasuk pertumbuhan jumlah pengikut, frekuensi interaksi harian, dan data - data penting lainnya. Fitur ini memberikan pemahaman mendalam bagi UMKM tentang *audiens* akunnya untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang sesuai dengan target konsumennya (Hamdi et al., 2021).

UMKM membutuhkan tenaga kerja yang mampu mengakses dan memanfaatkan data yang ada di *Insight Instagram Business* secara efektif. Tenaga kerja yang mampu memanfaatkan data akan membantu perancangan strategi pemasaran produk yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar kompetitif ini (Yusuf & Farid, 2023). Namun, Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Daya Saing Koperasi dan UKM menyatakan bahwa kualitas tenaga kerja UMKM di Indonesia masih rendah sehingga mengurangi daya saing usahanya (Yuniartha, 2019). Usia dan tingkat pendidikan tenaga kerja yang mengelola *Instagram Business* UMKM menjadi faktor penting yang harus diperhatikan saat menilai kualitas tenaga kerja UMKM. Generasi muda yang tumbuh di era digital cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi digital sehingga diprediksi dapat lebih mudah dalam memahami fitur - fitur terbaru dari *Instagram Business* (Ferliana et al., 2022). Selain itu, tenaga kerja dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi juga dipercaya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam interpretasi data (Rusianti et al., 2023). Penelitian ini akan memfokuskan pada pendataan usia

dan tingkat pendidikan tenaga kerja UMKM di Palembang yang menggunakan data dari di *Instagram Business*. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Deskriptif Terhadap Usia Dan Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja UMKM Yang Mengelola Data Insight Instagram Bisnis: Studi Kasus UMKM Di Palembang.”

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Tenaga kerja UMKM

Fokus penelitian ini ialah menilai kualitas tenaga kerja UMKM dengan mempertimbangkan usia dan tingkat pendidikan. Temuan Haer & Mulyaningsih (2023) menunjukkan bahwa tenaga kerja muda cenderung lebih terampil dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk penggunaan media sosial untuk keperluan bisnis. Selain itu, tenaga kerja UMKM yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pengambilan keputusan bisnis, termasuk dalam interpretasi data bisnis (Suyadi et al., 2018). Tenaga kerja UMKM dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnis.

Insight Instagram Business

Instagram Business merupakan fitur dari Instagram yang dirancang khusus untuk pengguna bisnis yang menyediakan analitik yang lebih mendalam tentang kinerja postingan, kemampuan untuk membuat dan mengelola iklan, serta opsi untuk menambahkan informasi kontak dan detail bisnis lainnya di profil (Novita & Yuliani, 2021). *Instagram Business* membuat UMKM dapat membangun merek, berinteraksi dengan audiens, dan mengukur dampak kampanye pemasaran mereka secara lebih efektif. Temuan yang dilakukan oleh Ekawati (2022) menyoroti pentingnya pemanfaatan *Instagram Bisnis* dalam memberikan wawasan tentang konsumen potensial dari suatu merek produk. *Insight Instagram Bisnis* merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk membantu tenaga kerja bisnis memahami *audiens* akun bisnisnya dengan memberikan data mendalam tentang usia, jenis kelamin, asal kota, maupun data penting lainnya tentang

audiens (Instagram, 2021). Penggunaan *Insight Instagram Bisnis* dapat membantu tenaga kerja bisnis seperti UMKM untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk dengan lebih baik dengan cara menargetkan audiens yang tepat dan mengukur hasil kampanye secara efisien.

3. Metode

Objek penelitian dalam penelitian ini ialah UMKM yang berada di daerah Palembang, Sumatra Selatan. Banyaknya jumlah UMKM yang ada di kota Palembang membuat peneliti harus mengambil sampel. Sampel dalam penelitian ini ialah 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Insidental Sampling*. Pengumpulan data akan dikumpulkan dengan menyebarkan *survei online*, yaitu Google Form yang akan disebarakan kepada pemilik UMKM di Palembang yang aktif menggunakan *Insight Instagram Bisnis*. Penyebaran Google form dilakukan dalam 1 bulan, yaitu bulan Februari 2024. Survei akan mencakup pertanyaan tentang nama UMKM, usia, tingkat pendidikan, dan serta tujuan dari penggunaan data yang ada di *Insight Instagram Bisnis*. Analisis penelitian ini akan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu analisa univariat.

4. Hasil dan Pembahasan

Data yang telah dikumpulkan dari 100 responden akan diolah dengan menggunakan analisa univariat. Tabel 1 di bawah ini menunjukkan distribusi frekuensi responden berdasarkan usia.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
< 20 Tahun	10	10
21 - 30 Tahun	90	90
31 - 50 Tahun	0	0
> 50 Tahun	0	0

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21 – 30 tahun, yaitu berjumlah 90 responden (90%). Responden yang berada pada rentang usia < 21 tahun berjumlah 10 responden (10%). Namun, tidak ada responden yang berusia di atas > 30 tahun.

Tabel 2 di bawah ini menunjukkan distribusi frekuensi responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
SMP	0	0
SMA	5	5
S1 atau D3 sederajat	60	60
> S1	35	35

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21 – 30 tahun, yaitu berjumlah 90 responden (90%). Responden yang berada pada rentang usia < 21 tahun berjumlah 10 responden (10%). Namun, tidak ada responden yang berusia di atas > 30 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas tenaga kerja UMKM di Palembang yang menggunakan data dari *Insight Instagram* Bisnis berusia antara 21 hingga 30 tahun. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak ada tenaga kerja UMKM di Palembang yang diteliti berusia di atas 30 tahun. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam adopsi teknologi di kalangan tenaga kerja UMKM yang berada dalam rentang usia 21 - 30 tahun dan rentang usia di atas 30 tahun. Hal ini menyoroti pentingnya keberadaan generasi muda yang terampil dalam mengakses data dari media sosial untuk mendukung program *go digital* UMKM yang dikampanyekan oleh pemerintah. Keterlibatan generasi muda dalam manajemen UMKM

diharapkan dapat memperkuat kemampuan UMKM dalam membuat keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data yang akurat (Amani et al., 2020).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa 65% dari total responden yang disurvei memiliki tingkat pendidikan S1 atau D3 sederajat. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hanya 5% responden memiliki tingkat pendidikan di bawah S1 atau D3 sederajat dan 35% responden memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dari S1. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas tenaga kerja UMKM yang telah menggunakan *Insight Instagram Bisnis* memiliki latar belakang pendidikan yang relatif tinggi. Latar belakang pendidikan yang lebih tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep teknologi digital dan juga dipercaya memiliki keterampilan analitis dan kemampuan untuk mengelola data yang lebih baik.

5. Simpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik demografis tenaga kerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Palembang yang telah memanfaatkan data dari *Insight Instagram Bisnis* berusia antara 21 hingga 30 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa kontribusi generasi muda yang merupakan lulusan S1 atau D3 sederajat memainkan peran penting dalam pemanfaatan data dari media sosial. Dengan menempatkan generasi muda yang kompeten dalam jajaran manajemen tenaga kerja UMKM, peluang keberhasilan UMKM di Palembang dalam membangun kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dapat ditingkatkan.

Ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya. Salah satunya ialah mengambil jumlah sampel yang lebih besar untuk mendapatkan gambaran keseluruhan tentang demografi tenaga kerja UMKM yang ada di Indonesia. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan analisis data yang berbeda, seperti analisis kualitatif khususnya wawancara agar mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang kualitas tenaga kerja UMKM di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Amani, Z., Cahyani, M. D., & Sari, S. I. (2020). Kontribusi Dan Eksistensi Pemuda Milenial Dalam Menumbuhkembangkan Indonesia Melalui Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri *Jurnal PENA: Penelitian Dan ...*, 7, 183–188. <https://jurnal.unismuh.ac.id/index.php/pena/article/view/4672>
- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Masuk 5 Besar Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia*. Katadata.Co.Id.
- Ekawati, R. K. (2022). Analisis Pemanfaatan Akun Bisnis Instagram dalam Peningkatan Penjualan pada Gerai XYZ.Co. *JuSiTik: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v3i2.497>
- Ferliana, D. W., Dwi, A. V., & Laksamana, B. W. (2022). Kebiasaan Anak Muda di Zaman Digital. *Universitas Negeri Surabaya 2022 |*, 412, 412–420.
- Haer, J., & Mulyaningsih, T. (2023). Adopsi Teknologi Digital dan Kinerja Wirausaha: Apakah Eks Pekerja Migran Lebih Adaptif dan Produktif? *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 419–428. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.65470>
- Hamdi, K., Yadewani, D., & Wijaya, R. (2021). Media Sosial Instagram Dalam Mendukung Promosi Usaha Sebagai Sebuah Pilihan Atau Paksaan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 1(2), 73–77.
- Handayani, Choirunnisak, & Fadilla. (2023). Analisis Peran Digital Marketing Instagram Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Palembang (studi kasus pada UMKM Bonanza Gorden Seberang Ulu 1 Tahun 2020-2022). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(4), 981–990. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i4.284>
- Hasya, R. (2023). *Mayoritas Masyarakat Indonesia Tahu Info Iklan Produk dari Media Sosial, Iklan TV di Urutan ke-3*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/survei-jakpat-mayoritas-masyarakat-indonesia-tahu-info-iklan-produk-dari-media-sosial-iklan-tv-di-urutan-ke-3-0KWHf>
- Instagram. (2021). *How to Use Instagram's Audience Insights to Improve Your Next Ad*. Instagram. <https://business.instagram.com/blog/instagram-insights-audience-engagement->

demographics

- Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Jadikan UMKM Naik Kelas, Pemerintah Dorong Transformasi Digital*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/43655/jadikan-umkm-naik-kelas-pemerintah-dorong-transformasi-digital/0/berita>
- Novita, D., & Yuliani, N. (2021). Pemanfaatan Instagram di Dalam Mengelola Bisnis Online bagi UMKM Forum Ilmiah. *Forum Ilmiah*, 18(1), 55.
- Rusianti, A., Tjiu, H., & Yasin, B. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Merauke Tahun 2013-2018. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 32–36. <https://doi.org/10.55049/jeb.v15i1.181>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, susie. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Yuniartha, L. (2019). *Berkontribusi Besar pada Pertumbuhan Ekonomi, Tapi Kualitas SDM UMKM Rendah*. Kontan.
- Yusuf, Y., & Farid, F. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia (Msdm) Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Untuk Penguatan Ekonomi. *Business Management*, 2(1), 425–430. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v1i2.5053>