

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel PDB (Produk Domestik Bruto) memiliki hubungan yang paling besar diantara variabel yang lainnya terhadap signifikan variabel jumlah unit UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat dari salah satu sektor, yakni dari meningkatnya jumlah unit UMKM yang produktif dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh pemerintah. Setiap tahunnya UMKM terus mengalami pertumbuhan.
2. Variabel jumlah tenaga kerja memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel jumlah unit UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Tingginya jumlah unit UMKM dapat menyebabkan lapangan pekerjaan menjadi semakin terbuka lebar. Dengan demikian, penyerapan tenaga kerja yang semakin tinggi juga dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.
3. Variabel ekspor non migas memiliki pengaruh yang kecil dan tidak begitu signifikan terhadap jumlah unit UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mana disebabkan oleh beberapa hal. Salah satu penyebabnya yakni karena kurangnya kualitas produk yang

mengakibatkan kecilnya peluang untuk menambah nilai ekspor dalam negeri. Sebaliknya, apabila ekspor non migas memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku, maka hal ini dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah dan seluruh elemen masyarakat sebaiknya memberdayakan UMKM di seluruh Indonesia secara konsisten dan berkelanjutan baik dalam segi kualitas maupun kuantitas produk serta sumber daya yang ada secara efektif dan efisien sehingga dapat terus berkembang dan selalu memiliki kualitas produk yang baik agar dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap kemajuan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
2. Seiring dengan perkembangan usaha, pemerintah dapat melakukan pendampingan terhadap para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), yakni seperti memberikan pelatihan dan memberikan informasi terkait dengan tren bisnis terkini dan juga tentang berbagai strategi pemasaran kepada para pelaku UMKM tersebut.