

PEMBERDAYAAN UKM COTO TURATEA MELALUI KULINER COTO KUDA DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI KABUPATEN JENEPONTO PROVINSI SULAWESI SELATAN

Iyyud Adriani
NPP : 32.0892

*Asdaf Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*

Email : 32.0892@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi : Prof. Dr. H. Murtir Jeddawi, S.H, S.Sos, M.Si

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): This study is motivated by a gap between the strategic potential of Coto Turatea SMEs as local culinary businesses specializing in horse meat (Coto Kuda) and the actual conditions of their development. These businesses still face major constraints such as limited access to capital, conventional marketing approaches, low adoption of digital technology, and a lack of product innovation. These issues have hindered their optimal contribution to improving the local economy in Jeneponto Regency. **Purpose:** To analyze the empowerment of Coto Turatea SMEs in improving the community's economy through the development of Coto Kuda culinary in Jeneponto Regency. **Method:** This study employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation. Informants were selected purposively and consisted of local government officials, SME owners, and consumers. Data analysis used the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. **Results/Findings:** The findings show that the empowerment of Coto Turatea SMEs is carried out through four key indicators: (1) capital strengthening through self-funding and facilitated access to financing; (2) local raw material availability through cooperation with horse breeders; (3) production capacity enhancement based on traditional skills and technical training; and (4) marketing strategies which remain mostly conventional with limited digital integration. Major barriers include low digital literacy, lack of product innovation, and narrow market reach. **Conclusion:** Coto Turatea SMEs have strong potential to become drivers of local economic growth if supported by more adaptive empowerment strategies. Enhancing digital marketing, fostering product innovation, and building sustainable collaboration among government, SMEs, and the community are essential to strengthening the competitiveness and sustainability of these local culinary-based businesses.

Keywords: SMEs, Coto Kuda, Economic Empowerment, Local Culinary

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesenjangan antara potensi strategis UKM Coto Turatea sebagai pelaku usaha kuliner lokal berbahan dasar daging kuda dengan kenyataan pengembangan usahanya yang masih terhambat. Beberapa kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses permodalan, strategi pemasaran yang masih konvensional, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta minimnya inovasi produk yang mengakibatkan belum optimalnya kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Jeneponto. **Tujuan:** Menganalisis bentuk pemberdayaan UKM Coto Turatea dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan kuliner Coto Kuda di Kabupaten Jeneponto.

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive, terdiri dari pihak pemerintah daerah, pelaku UKM, dan konsumen. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan:** Penelitian menemukan bahwa pemberdayaan UKM Coto Turatea dilakukan melalui empat indikator: (1) penguatan permodalan melalui dana mandiri dan fasilitasi akses kredit; (2) ketersediaan bahan baku lokal melalui kerja sama dengan peternak; (3) peningkatan kemampuan produksi berbasis ketrampilan tradisional dan pelatihan teknis; serta (4) pemasaran yang masih terbatas secara konvensional, dengan digitalisasi yang belum optimal. Hambatan utama mencakup rendahnya literasi digital, minimnya inovasi produk, dan distribusi pasar yang sempit. **Kesimpulan:** UKM Coto Turatea memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal jika didukung oleh strategi pemberdayaan yang lebih adaptif. Digitalisasi pemasaran, inovasi produk, dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UKM berbasis kuliner lokal ini.

Kata Kunci: UKM, Coto Kuda, Pemberdayaan Ekonomi, Kuliner Lokal

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh peran koperasi dan UMKM, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sekitar 87% dari total badan usaha di Indonesia berasal dari sektor ini, dan UMKM juga menyerap sekitar 85% tenaga kerja nasional (Murdani et al., 2019) menjadikannya sebagai pilar utama pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator kunci dalam mengukur berhasil atau tidaknya pembangunan di suatu negara yang diukur melalui output yang dihasilkan dari waktu ke waktu (Aprizal & Nurdiansyah, 2023). UMKM juga berperan strategis dalam mengurangi pengangguran dan memperkuat ekonomi lokal, termasuk di Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Di daerah ini, sektor kuliner tradisional, khususnya olahan daging kuda seperti Coto Kuda, menunjukkan potensi besar dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Namun, masih terdapat berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, pemasaran konvensional, rendahnya adopsi teknologi digital, serta akses distribusi yang terbatas. Data Dinas Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa Jeneponto memiliki setidaknya 14 UKM pengolah daging kuda yang memproduksi berbagai makanan seperti coto, abon, dan dendeng kuda namun Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM (Kristiyanti, 2012). Coto Kuda sendiri telah menjadi bagian dari identitas budaya dan daya tarik wisata kuliner lokal. Selain sebagai warisan budaya, Coto Kuda juga diyakini memiliki khasiat kesehatan dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. Keterlibatan masyarakat setempat merupakan komponen krusial dalam mendorong perkembangan ekonomi yang berkesinambungan (Harinurdin et al., 2025).

Kebijakan yang baik mendukung keterlibatan masyarakat setempat, meningkatkan kualitas layanan, dan mendorong investasi dalam infrastruktur pariwisata, termasuk pengembangan ekonomi melalui sektor kuliner sebagai daya tarik utama yang memperkuat potensi lokal (Noviana et al., 2025). Kekayaan kuliner yang menjadi ciri khas Kabupaten Jeneponto adalah Coto Kuda, yaitu makanan berbahan dasar daging kuda yang telah menjadi bagian dari tradisi dan budaya masyarakat setempat. Coto Kuda tidak hanya dikonsumsi sebagai makanan sehari-hari, tetapi juga dipercaya memiliki

manfaat kesehatan tertentu serta menjadi daya tarik wisata kuliner yang unik. Salah satu pelaku usaha kuliner yang mengembangkan produk ini adalah UKM Coto Turatea. Sejak berdiri pada tahun 2010, UKM ini telah berkontribusi dalam membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, serta melestarikan warisan kuliner lokal. Ketika masyarakat dapat memanfaatkan potensi dan kemampuan mereka untuk berpikir, mengambil keputusan, dan bertindak secara tepat dalam menghadapi berbagai tantangan, hal tersebut mencerminkan tingkat kemandirian mereka (Aji et al., 2024). Namun, di tengah berbagai potensi yang dimiliki, pengembangan UKM Coto Turatea masih dihadapkan pada sejumlah tantangan, baik internal maupun eksternal. Keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta strategi pemasaran yang masih konvensional menjadi hambatan utama dalam upaya meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, kesadaran pelaku usaha terhadap inovasi produk dan perluasan pasar juga masih perlu ditingkatkan. Pemerintah daerah, melalui Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto, telah melakukan berbagai upaya pemberdayaan seperti pelatihan, fasilitasi perizinan, dan dukungan promosi. Namun, efektivitas program-program ini belum sepenuhnya mampu mengatasi kompleksitas masalah yang dihadapi oleh UKM tersebut. Banyak usaha yang telah menggunakan internet sebagai bagian dari strategi bisnis mereka untuk memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan penjualan (Tiwa et al., 2022).

Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana bentuk pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui kuliner Coto Kuda dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Jeneponto. Dengan menganalisis faktor-faktor strategis seperti permodalan, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, dan pemasaran, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam merumuskan strategi pemberdayaan UKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya mengangkat isu umum terkait pemberdayaan UMKM tanpa mengaitkannya secara spesifik dengan karakteristik dan tantangan UKM berbasis kuliner tradisional seperti *Coto Kuda* di Kabupaten Jeneponto. Hal ini menciptakan kekosongan ilmu (gap) karena tidak ada kajian yang mendalam mengenai bagaimana pemberdayaan tersebut dijalankan oleh pemerintah daerah dalam konteks pengembangan budaya lokal dan pemanfaatan teknologi digital.

Selain itu, banyak penelitian hanya fokus pada aspek ekonomi makro atau permodalan tanpa membahas secara rinci hambatan nyata pelaku UKM dalam aspek produksi, pemasaran digital, dan inovasi produk yang berpengaruh langsung pada keberlangsungan usaha. Kesenjangan ini penting karena tanpa pemahaman yang komprehensif dan kontekstual, kebijakan pemberdayaan yang dibuat cenderung tidak tepat sasaran dan kurang efektif.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menelaah pemberdayaan UKM Coto Turatea secara menyeluruh, mulai dari dukungan modal, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, hingga strategi pemasaran, khususnya dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang kuat sebagai dasar rekomendasi kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal dan budaya daerah yang berkelanjutan.

1.3 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian telah dilakukan terkait pemberdayaan UMKM dan peranannya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat

umum dan belum secara spesifik meneliti pemberdayaan UKM kuliner tradisional berbasis budaya lokal, seperti UKM *Coto Turatea* di Kabupaten Jeneponto.

1. (Reza, 2023) mengkaji peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Karyamulya dan menemukan bahwa meskipun UMKM mampu meningkatkan pendapatan, kendala utama masih terkait akses permodalan dan pemasaran yang belum optimal. Penelitian ini memperkuat pentingnya aspek permodalan dalam pengembangan UMKM, namun belum mengupas secara mendalam aspek pemasaran digital dan inovasi produk.
2. (Rahul et al., 2022) meneliti strategi pedagang kuliner di Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, dengan fokus pada manajemen keuangan dan kondisi sosial ekonomi keluarga. Hasil penelitian menekankan pentingnya penetapan harga dan pengelolaan keuangan untuk meningkatkan pendapatan pedagang. Namun, penelitian ini kurang menyoroti peran pemberdayaan struktural oleh pemerintah daerah dan tantangan digitalisasi pemasaran.
3. (Harahap et al., 2023) meneliti pemberdayaan petani bawang merah di Kecamatan Medan Marelan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pertemuan rutin, gotong-royong, dan dukungan pemangku kepentingan sangat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan petani. Meskipun relevan dalam konteks pemberdayaan, studi ini tidak membahas sektor kuliner dan penggunaan teknologi digital.
4. (Muin, 2020) meneliti kinerja UMKM etnis Bugis Makassar dan menemukan bahwa dukungan komunitas sangat penting dalam mempertahankan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa aspek budaya dan komunitas menjadi faktor pendukung utama, tetapi belum mengaitkan dengan strategi pemasaran dan digitalisasi.
5. (Safitri et al., 2018) mengkaji strategi pengembangan usaha kuliner dengan menekankan kreativitas dan inovasi produk sebagai kunci keberlangsungan usaha. Namun, penelitian ini terbatas pada usaha kuliner tertentu dan belum mengeksplorasi peran pemerintah dalam pemberdayaan maupun hambatan teknologi digital.

Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut memiliki relevansi yang tinggi namun belum membahas secara komprehensif pemberdayaan UKM kuliner tradisional berbasis potensi lokal, peran pemerintah daerah, serta integrasi teknologi digital dalam pemasaran dan inovasi produk. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar dan urgensi dilakukannya penelitian ini.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini memiliki kebaruan ilmiah yang signifikan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, baik dari segi tema, metode, konteks kebijakan, karakteristik objek penelitian, maupun hasil analisis. Beberapa aspek kebaruan yang dihadirkan antara lain: Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih umum membahas UMKM secara luas atau pada sektor pertanian dan kuliner umum, penelitian ini secara khusus meneliti pemberdayaan UKM *Coto Turatea* yang bergerak dalam kuliner tradisional berbasis daging kuda (*Coto Kuda*), sebuah produk khas Kabupaten Jeneponto yang belum banyak dikaji secara akademik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mendalam dengan analisis indikator pemberdayaan (permodalan, bahan baku, produksi, dan pemasaran) sesuai model Murtyoso (2015). Pendekatan ini berbeda dari sebagian besar penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan kuantitatif atau fokus parsial pada aspek ekonomi dan sosial. Penelitian ini mengkaji secara langsung peran dan efektivitas program pemberdayaan yang dijalankan

oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto, sehingga memberikan gambaran yang kontekstual dan aktual mengenai hambatan dan peluang di lapangan. Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang kurang menyoroti peran pemerintah daerah dalam konteks pemberdayaan UKM berbasis potensi lokal. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan informan kunci dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk Kepala Dinas, pemilik UKM, karyawan, dan konsumen, sehingga menghasilkan data yang kaya dan valid. Pendekatan ini memperkuat analisis dibandingkan penelitian yang hanya berfokus pada pelaku usaha saja. Penelitian ini menemukan hambatan khusus seperti rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan kurangnya inovasi produk sebagai tantangan utama yang belum banyak terungkap di penelitian sebelumnya. Temuan ini memberikan rekomendasi praktis untuk kebijakan pemberdayaan UKM yang adaptif dan berkelanjutan, terutama dalam konteks digitalisasi usaha.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur akademik, tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM kuliner tradisional yang berbasis budaya lokal dan teknologi modern, khususnya di Kabupaten Jeneponto.

1.5 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui kuliner coto kuda dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kecenderungan sikap petani milenial terhadap Program Kredit Usaha Kredit (KUR) di Kabupaten Tapanuli Tengah Provinsi Sumatera Utara.
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui kuliner coto kuda dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan.

II. METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam mengenai fenomena pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui kuliner Coto Kuda dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Jeneponto. Pendekatan kualitatif berfokus pada makna, pemahaman, dan interpretasi dari perspektif subjek yang diteliti, bukan sekadar angka atau statistik. Jenis penelitian ini sangat cocok digunakan untuk mengkaji dinamika sosial dan ekonomi masyarakat terkait dengan praktik pemberdayaan usaha kecil berbasis kearifan lokal. (Prabowo et al., 2023) menekankan bahwa pembangunan komunitas yang berkelanjutan memerlukan kinerja sektor publik yang efektif serta hubungan sosial yang kuat antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan, dengan fokus pada UKM Coto Turatea yang terletak di Kecamatan Binamu. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas usaha kuliner Coto Kuda yang telah dikenal secara lokal dan memiliki keterkaitan erat dengan budaya masyarakat. Penelitian ini dilaksanakan dari Januari 2025, mengikuti jadwal akademik serta surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh pihak kampus dan pemerintah daerah setempat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi lapangan terhadap pelaku UKM, aparat pemerintah, serta konsumen Coto Kuda. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi seperti laporan Dinas Koperasi dan UKM, data statistik, jurnal, literatur ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Informan dalam

penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap paling memahami permasalahan yang dikaji. Informan utama dalam penelitian ini meliputi Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jenepono, Kepala Bidang UKM, Pemilik UKM Coto Turatea, Karyawan UKM, serta Konsumen atau pelanggan Coto Kuda. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, yakni merangkum data mentah menjadi informasi penting yang relevan; penyajian data, berupa narasi atau kutipan wawancara yang membentuk pola; dan penarikan kesimpulan serta verifikasi, untuk menemukan makna dan simpulan dari hasil temuan di lapangan. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi langsung dan dokumentasi. Triangulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat, dapat dipercaya, dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui empat indikator utama pemberdayaan menurut Murtyoso (2015), yaitu permodalan, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, dan pemasaran. Setiap indikator dianalisis secara mendalam untuk memahami kondisi nyata serta hambatan yang dihadapi pelaku UKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

1. Modal usaha merupakan tulang punggung utama bagi keberlangsungan dan pengembangan UKM Coto Turatea. Berdasarkan data wawancara mendalam dengan pemilik UKM, modal usaha sepenuhnya berasal dari dana mandiri yang diperoleh dari keuntungan usaha sebelumnya, tanpa adanya bantuan modal tunai langsung dari pemerintah daerah maupun lembaga keuangan formal. Pemerintah hanya memberikan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UKM dapat mengakses pembiayaan dari perbankan, tetapi kenyataannya akses tersebut masih sangat terbatas. Hal ini disebabkan oleh kendala utama seperti minimnya jaminan, rendahnya literasi keuangan, serta proses administrasi yang kompleks. Kondisi ini membatasi kemampuan UKM untuk memperbesar skala usaha dan meningkatkan kapasitas produksi secara signifikan. Permodalan yang terbatas juga menghambat inovasi produk dan pengembangan pemasaran yang lebih luas.

2. Sebagai produk kuliner berbahan dasar daging kuda, ketersediaan bahan baku menjadi faktor krusial. UKM Coto Turatea menjalin kemitraan dengan peternak lokal, namun pasokan bahan baku sering tidak stabil akibat produksi peternak yang fluktuatif dan harga yang berubah-ubah. Ketidakpastian ini menyebabkan produksi coto kuda harus disesuaikan dengan ketersediaan bahan, sehingga berdampak pada kontinuitas dan volume produksi. UKM berupaya menyimpan stok cadangan saat harga bahan baku sedang stabil, tetapi keterbatasan modal membatasi kemampuan penyimpanan dalam jumlah besar. Hambatan pasokan bahan baku juga menyebabkan tekanan pada harga jual, yang pada akhirnya mempengaruhi daya saing produk di pasar lokal maupun potensial pasar lebih luas.

3. Produksi UKM masih mengandalkan keterampilan tradisional yang diturunkan secara turun-temurun. Meskipun ada pelatihan teknis dari pemerintah, peningkatan kapasitas produksi secara signifikan masih terbatas. Proses produksi dilakukan secara manual dengan tenaga kerja terbatas, sehingga kapasitas produksi harian tidak dapat memenuhi permintaan yang meningkat. Karyawan UKM menyatakan bahwa mereka berusaha meningkatkan volume produksi tanpa mengurangi

kualitas agar konsumen tetap puas. Namun, standar kebersihan, pengemasan, dan pengolahan produk masih perlu ditingkatkan agar produk dapat bersaing di pasar modern dan memenuhi regulasi keamanan pangan. Pelatihan yang lebih intensif dan fasilitas produksi yang memadai sangat dibutuhkan untuk memperkuat kemampuan produksi.

4. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UKM Coto Turatea masih sangat konvensional, mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lokasi usaha. Meski pelaku UKM telah mengikuti pelatihan pemasaran digital, pemanfaatan media sosial dan platform daring lainnya masih sangat rendah akibat keterbatasan literasi teknologi dan akses perangkat digital. Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM terus memberikan pendampingan, tetapi hasilnya belum optimal. Keterbatasan ini menghambat perluasan pasar yang potensial, terutama di luar wilayah lokal dan pasar digital yang semakin berkembang pesat. Kurangnya inovasi dalam branding dan kemasan juga menurunkan daya tarik produk, khususnya bagi konsumen muda dan wisatawan.

3.1 Pemberdayaan UKM Coto Turatea melalui kuliner coto kuda

Pemberdayaan menjadi langkah strategis dalam upaya meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat (Dewi et al., 2025). UKM Coto Turatea merupakan salah satu pelaku usaha kuliner khas daerah yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Jenepono. Sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat, Dinas Koperasi dan UKM setempat telah melakukan berbagai intervensi, seperti pelatihan, pemberian akses informasi pasar, hingga fasilitasi dalam hal pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan dari (Murtyoso, 2015) yang mencakup empat faktor utama pemberdayaan UKM, yakni permodalan, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, dan pemasaran. Keempat aspek ini menjadi tolok ukur dalam menganalisis tingkat pemberdayaan UKM Coto Turatea. Faktor pertama adalah permodalan. Modal usaha merupakan elemen mendasar dalam menjalankan dan mengembangkan sebuah bisnis. Dalam hal ini, UKM Coto Turatea sepenuhnya mengandalkan dana pribadi sejak awal pendiriannya. Pemilik usaha, Ibu Dahniar, menyatakan bahwa mereka tidak pernah menerima bantuan modal dari pemerintah maupun lembaga keuangan lainnya. Modal diperoleh dari hasil penjualan yang terus diputar untuk keberlangsungan usaha. Kondisi ini dikonfirmasi oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jenepono, Ibu Dr. Hj. Mernawati, S.IP., M.Si., yang menjelaskan bahwa keterbatasan anggaran menjadi alasan utama tidak tersedianya bantuan modal langsung dari dinas. Meskipun demikian, pelaku usaha difasilitasi untuk mendapatkan pelatihan serta pendampingan agar dapat mengakses sumber permodalan alternatif, seperti lembaga perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap modal masih terbatas, terdapat upaya dari pemerintah daerah untuk menjembatani UKM dengan sumber-sumber pembiayaan eksternal.

Faktor kedua adalah ketersediaan bahan baku. Bahan utama dari kuliner Coto Kuda adalah daging kuda, yang pasokannya bergantung pada ketersediaan dari peternak lokal. Untuk mengatasi tantangan pasokan yang fluktuatif, UKM Coto Turatea menjalin kerja sama dengan peternak setempat dan melakukan stok cadangan saat harga bahan baku dalam kondisi stabil. Ibu Dahniar menyampaikan bahwa ketika stok terbatas, produksi akan dikurangi sementara atau dicari alternatif bahan lain, meskipun hal tersebut dapat mempengaruhi cita rasa khas produk. Ketersediaan bahan baku berkualitas menjadi penentu penting dalam menjaga konsistensi rasa dan mutu produk. Oleh karena itu, keberlanjutan suplai dan kemudahan akses terhadap bahan baku lokal menjadi indikator penting dalam mendukung keberlangsungan produksi UKM ini. Faktor ketiga adalah kemampuan

produksi. UKM Coto Turatea masih mengandalkan keterampilan yang diperoleh secara turun-temurun dalam menjalankan proses produksinya. Meskipun demikian, terdapat upaya peningkatan kapasitas melalui pelatihan sederhana dan pengelolaan waktu produksi secara lebih efisien. Salah satu karyawan menyebutkan bahwa mereka tetap berupaya untuk meningkatkan kuantitas produksi tanpa mengabaikan aspek kualitas. Dalam konteks pemberdayaan, aspek kemampuan produksi mencakup pengetahuan teknis dan penguasaan terhadap proses pengolahan yang baik agar dapat memenuhi permintaan pasar secara konsisten. Dengan demikian, peningkatan kemampuan produksi menjadi aspek vital dalam menunjang keberlanjutan dan pertumbuhan UKM.

Faktor keempat adalah Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UKM Coto Turatea masih didominasi oleh pendekatan konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut. Meskipun pelaku usaha pernah mengikuti pelatihan digital marketing, penerapan teknologi dalam kegiatan pemasaran belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini menjadi perhatian dari Dinas Koperasi dan UKM yang terus memberikan pendampingan agar pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai sarana promosi yang lebih luas dan efektif. Penggunaan teknologi dalam pemasaran serta tingkat kepuasan pelanggan merupakan dua indikator utama yang menunjukkan sejauh mana UKM mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Secara keseluruhan, pemberdayaan UKM Coto Turatea mencerminkan tantangan dan potensi khas UKM daerah yang sedang berkembang. Dengan dukungan yang lebih optimal di keempat faktor utama tersebut, UKM seperti Coto Turatea berpeluang menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berdaya saing.

3.2 Hambatan Pemberdayaan UKM Coto Turatea

Pelaksanaan pemberdayaan terhadap UKM Coto Turatea di Kabupaten Jeneponto tidak terlepas dari berbagai hambatan yang memengaruhi efektivitas program yang dijalankan oleh Dinas Koperasi dan UKM. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, ditemukan sejumlah kendala yang menjadi tantangan utama dalam proses pemberdayaan UKM tersebut. Pertama, terdapat keterbatasan anggaran pemerintah daerah dalam menyediakan bantuan modal secara langsung kepada pelaku UKM. Hal ini disampaikan oleh informan dari Dinas Koperasi dan UKM, yang menyebutkan bahwa belum tersedia skema khusus untuk penyaluran bantuan permodalan secara tunai kepada UKM Coto Turatea. Akibatnya, pelaku usaha mengandalkan modal pribadi dan belum memiliki akses yang cukup terhadap lembaga pembiayaan formal. Kedua, kurangnya partisipasi aktif dari pelaku UKM dalam program pelatihan dan pendampingan. Meski berbagai pelatihan telah difasilitasi oleh pemerintah daerah, masih banyak pelaku usaha yang enggan mengikuti kegiatan tersebut karena keterbatasan waktu dan rendahnya literasi digital. Hal ini menyebabkan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran belum optimal. Ketiga, minimnya legalitas dan labelisasi produk juga menjadi hambatan serius. Produk Coto Kuda dari UKM Coto Turatea belum memiliki label yang terstandar maupun kemasan yang menarik, sehingga menyulitkan produk ini untuk masuk ke pasar modern atau bersaing di platform digital. Keempat, keterbatasan bahan baku terutama pada masa-masa tertentu, menyebabkan proses produksi tidak dapat dilakukan secara konsisten. Ketiadaan sistem distribusi bahan baku yang stabil membuat produksi abon kuda dan olahan lainnya sering terhambat. Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa meskipun UKM Coto Turatea memiliki potensi besar sebagai produk unggulan lokal, masih terdapat sejumlah aspek yang perlu dibenahi agar pemberdayaan yang dilakukan dapat berjalan secara maksimal dan berkelanjutan.

3.3 Diskusi Temuan Utama Penelitian (perbandingan antara temuan penelitian ini dan penelitian sebelumnya)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UKM Coto Turatea oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto telah berjalan dalam empat dimensi utama pemberdayaan menurut Murtyoso (2015), yaitu permodalan, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, dan pemasaran. Namun, dalam implementasinya, masih ditemukan beberapa permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Pemberdayaan dalam aspek permodalan belum menyentuh kebutuhan pelaku usaha secara optimal karena tidak adanya bantuan modal tunai langsung. Modal masih bersumber dari dana pribadi, sehingga kapasitas produksi terbatas. Kendala ini diperparah oleh minimnya akses terhadap lembaga pembiayaan mikro yang mendukung sektor usaha kuliner lokal.

Pada aspek ketersediaan bahan baku, UKM Coto Turatea telah menjalin kerja sama dengan peternak lokal, namun distribusi bahan baku belum sepenuhnya stabil. Ketika pasokan daging kuda menurun, kegiatan produksi menjadi tidak konsisten. Meski begitu, terdapat inovasi pemanfaatan limbah seperti sisa lemak daging yang diolah menjadi minyak pengobatan alami, yang menjadi nilai tambah produk UKM. Dari sisi kemampuan produksi, pelaku usaha masih mengandalkan keterampilan tradisional, namun tetap menjaga kualitas melalui pemilihan bahan baku terbaik dan resep turun-temurun. Upaya peningkatan produksi telah dilakukan meskipun belum menyentuh skala industri. Sedangkan dalam dimensi pemasaran, UKM Coto Turatea masih sangat bergantung pada sistem promosi konvensional dari mulut ke mulut. Meskipun sudah ada pelatihan mengenai pemasaran digital, penerapannya masih belum maksimal karena rendahnya literasi teknologi dari pelaku UKM.

Temuan lain yang cukup signifikan adalah potensi produk coto kuda sebagai ikon kuliner khas Jeneponto yang memiliki nilai ekonomi dan budaya tinggi. Jika dikembangkan secara strategis, produk ini dapat menjadi unggulan daerah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya dalam sektor pariwisata dan kuliner. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UKM Coto Turatea memiliki arah dan langkah yang tepat, namun masih memerlukan perbaikan dan sinergi yang lebih kuat antar pihak. Manfaat positif yang dirasakan oleh para mitra, khususnya pihak swasta dan masyarakat, meliputi perluasan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan, yang pada akhirnya diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Daraba et al., 2020), agar tujuan penguatan ekonomi masyarakat benar-benar dapat tercapai secara menyeluruh dan berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UKM Coto Turatea oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto telah mencakup empat dimensi pemberdayaan, yaitu permodalan, ketersediaan bahan baku, kemampuan produksi, dan pemasaran. Meski demikian, pelaksanaannya masih belum maksimal karena terkendala keterbatasan anggaran, kurangnya akses pembiayaan, minimnya pemanfaatan teknologi pemasaran digital, serta kendala distribusi bahan baku. Meskipun begitu, UKM Coto Turatea menunjukkan potensi besar sebagai pelaku usaha kuliner lokal yang mampu mendorong perekonomian masyarakat, terutama melalui inovasi dalam pemanfaatan bahan lokal dan pelestarian kuliner tradisional.

Keterbatasan Penelitian, Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan data yang bersifat kualitatif dan belum menjangkau seluruh UKM olahan daging kuda di Kabupaten Jeneponto. Selain itu, keterbatasan waktu dan jumlah informan menyebabkan beberapa variabel seperti dampak ekonomi secara kuantitatif belum dapat dianalisis secara mendalam.

Arah Masa Depan Penelitian, Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan pendekatan campuran (mix method) agar analisis lebih komprehensif, termasuk aspek kuantitatif seperti kontribusi UKM terhadap pendapatan masyarakat. Penelitian mendatang juga dapat memperluas objek kajian ke UKM serupa di daerah lain, atau fokus pada digitalisasi UMKM sebagai strategi penguatan ekonomi berbasis kearifan lokal.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto beserta jajarannya, Pemilik UKM Coto Turatea beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang terlibat dalam membantu menyukseskan pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada dosen pembimbing, Prof. Dr. H. Murtir Jeddawi, S.H, S.Sos, M.Si, atas bimbingan, arahan, dan ilmu yang diberikan dengan penuh kesabaran. Peneliti juga menghaturkan terima kasih kepada kedua orang tua atas doa, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materil yang tiada henti. Terima kasih disampaikan kepada lembaga IPDN yang telah menjadi wadah pembentukan karakter dan intelektualitas Peneliti. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu per satu; segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya tugas akhir ini.



VI. DAFTAR PUSTAKA

- Aji, J. S., Mina, F. L. P., & Pahlevi, R. W. (2024). The Effectiveness of the Role of Village-Owned Enterprises (Bumdes) as an Instrument for Improving Community Economic Empowerment (BUMDes) AS AN INSTRUMENT FOR IMPROVING COMMUNITY ECONOMIC. *IOP Conferences Series: Earth and Environmental Science*, 1475(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1475/1/012019>
- Aprizal, & Nurdiansyah. (2023). PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KAB. JENEPONTO. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 20, 63–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3518>
- Daraba, D., Murwani, S. I., Dione, F., & Salam, R. (2020). POLA PRINSIP KEMITRAAN DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN PURBALINGGA PROVINSI JAWA TENGAH. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 56–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.7>
- Dewi, R. P., Rowa, H., & Dione, F. (2025). PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN BEKASI. 11(2), 94–105. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jkp.2025.vol11\(2\).22194](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jkp.2025.vol11(2).22194)
- Harahap, N., Lestari, Y. M., & Siregar, A. Z. (2023). Pemberdayaan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Bawang Merah di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Penyuluhan*, 19(01), 170–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.25015/19202340349>
- Harinurdin, E., Laksmono, B. S., Kusumastuti, R., & Safitri, K. A. (2025). *Community Empowerment Utilizing Open Innovation as a Sustainable Village-Owned Enterprise Strategy in Indonesia : A Systematic Literature Review*. 1–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su17083394>
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(1). <https://unaki.ac.id/ejournal/index.php/majalah-ilmiah-informatika/article/view/59>
- Muin, S. A. (2020). Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makasar. In *Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makasar (II)*. CV. Adanu Abimata. <https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK14228/kinerja-usaha-pelaku-umkm-etnis-bugis-makassar>
- Murdani, Widayani, S., & Hadromi. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal ABDIMAS*, 23(2), 152–157. <https://doi.org/I:http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17893>
- Murtyoso, C. H. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil Berbasis Komunitas. *Jurnal Wahana Bhakti Praja*, 5(1).
- Noviana, L., Tua, M., Situmorang, N., Cahyaputri, B., Farida, F., & Sukwika, T. (2025). *International Journal of Sustainable Development and Planning Analysis of Pentahelix Tourism Village for Ecotourism Development in Batu City , East Java*. 20(3), 1273–1282. <https://doi.org/https://doi.org/10.18280/ijstdp.200332>
- Prabowo, H., Rowa, H., & Rusfiana, Y. (2023). *Sustainable Community Development as a Main Motive of Good Governance System and Ethical Presentation in a Developing Nation*. 10(1), 182–198. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29333/ejecs/1566>
- Rahul, Tahir, T., Hasan, M., & Dinar, M. (2022). ANALISIS STRATEGI PEDAGANG KULINER DITINJAU DARI PERENCANAAN KEUANGAN DAN KONDISI SOSIAL EKONOMI KELUARGA DI KACAMATAN BINAMU KABUPATEN JENEPONTO. 4(3), 17–29. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/862>

Reza, A. (2023). PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA. *ABDIMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 100–107.

<https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3563>

Safitri, I., Salman, D., & Rahmadanih. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER : Studi Kasus Warung Lemang di Jeneponto , Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonoomi Pertanian*, 14(2), 183–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.20956/jsep.v14i2.4620>

Tiwa, E. T., Tasik, F. C. M., & Purwanto, A. (2022). *Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpaan Kecamatan Tumpaan*. 2(2), 1–9.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/40106>

