

**MENUMBUHKEMBANGKAN DESTINASI DESA WISATA DAN EKONOMI
KREATIF BERBASIS BUDAYA SAPI SONOK DI PULAU MADURA**

***DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM DESTINATION AND CREATIVE ECONOMIC
BASE ON SAPI SONOK CULTURE IN MADURA ISLAND***

Farahdilla Kutsiyah
IAIN Madura

Penulis korespondensi: *keindahanmaduraku@gmail.com*

ABSTRACT

Global development through rural tourism that offers cultural diversity, natural beauty, education and creative economy is still a vigorous trend. One of the local wisdom of Madura Island is sapi sonok culture (sapi sonok is heifer madura who have superior performan, beautiful and ability to walk straight by following the handler's command). This research is based on its purpose is classified as explorative research type, which is intended to study the cultural potential of sapi sonok and to encourage the presence of rural tourism and creative economy in the northern region of Madura Island. Data types were explored through indepth interview and observation. The locations of the research were centered on three villages in Pasean, Waru and Batuputih sub-districts. The results showed that the cultural potential of sonok cattle has strategic strength. This culture is intertwined with the improvement of livestock performance, increasing the breeder's income, refinery of germplasm of madura cattle, social gathering (kolom taccek), facilitating of cow selling transaction and as interesting spectacle by local wisdom value such as sapi sonok contest, madura clothes, musical instrument (saronen and karawitan), traditional dance (nantheng), batik of madura and crafts. Moreover, the behavior and social interaction of this culture is unique. Therefore, it is expected to be a rural tourism destination of sapi sonok culture. The rural tourism should be made interesting, beautiful and memorable for tourists and contains everything related to socio-cultural society in the sapi sonok central area, ranging from aspects of farming, training, contest, cow display, kolom taccek, taccek shop, creative products (collaboration of batik, culinary, carving and other accessories such as panganggyu, madura regional clothes and saronen).

Keywords: *sapi sonok culture, rural tourism, Madura Island*

ABSTRAK

Pembangunan global melalui wisata pedesaan yang menawarkan keberagaman budaya, keindahan alam, edukasi dan ekonomi kreatif masih trend hingga saat ini. Kearifan lokal yang melingkupi masyarakat Pulau Madura salah satunya budaya sapi sonok. Penelitian ini berdasarkan tujuannya diklasifikasikan sebagai jenis penelitian eksploratif, yaitu bermaksud mengkaji potensi dan upaya menumbuhkembangkan atau memacu hadirnya desa wisata budaya sapi sonok dan ekonomi kreatif di wilayah bagian utara Pulau Madura. Jenis data sebagian besar deskriptif yang digali melalui *indept interview* dan observasi. Target titik-titik lokasi penelitian terpusat pada tiga desa di Kecamatan Pasean, Waru dan Batuputih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi budaya sapi sonok memiliki kekuatan yang bersifat strategis. Budaya ini berjaln kelindan dengan perbaikan performan ternak, peningkatan pendapatan peternak, pemurnian plasma nutfah sapi madura, ajang silaturahmi para peternak, mempermudah transaksi penjualan serta sebagai tontonan yang menarik, rancak dan kaya dengan nilai-nilai kearifan lokal seperti baju khas madura, alat musik (saronen dan karawitan),

tarian hingga kerajinan tangan. Disamping itu perilaku dan interaksi sosial yang melingkupi budaya ini khas, butuh ketelatenan dan atribut-atributnya spesifik karakter Madura. Oleh karena itu, dengan potensi yang dimilikinya diharapkan adanya destinasi desa wisata budaya sapi sonok. Wisata pedesaan tersebut dibuat menarik, indah dan memberi kenangan bagi wisatawan dan berisi segala hal terkait sosial-budaya masyarakat di sentra sapi sonok, mulai dari aspek budidaya, pelatihan, kontes, sapi pajangan, *kolom taccek*, warung *taccek*, produk kreatif (kolaborasi batik, kuliner, ukiran dan asesoris lainnya seperti *pangangguy*, baju kedaerahan madura dan saronen).

Kata kunci: budaya sapi sonok, wisata pedesaan, Pulau Madura

PENDAHULUAN

Wisata pedesaan ada sejak akhir abad kesembilan belas di benua Eropa dan Amerika, sekitar tahun 1970an dan 1980an terdapat "jenis wisata pedesaan baru yang didorong oleh pasar, oleh masyarakat pedesaan dan komunitas, serta oleh pemerintah tanpa memperdulikan statusnya sebagai daerah yang indah atau terlindungi. (Augustyn, 1998; Fisher & Felsenstein, 2000). Hingga saat ini pariwisata pedesaan masih merupakan trend yang kuat di seluruh dunia (Barbieri, 2013), yang memiliki fungsi tidak hanya sekadar memproduksi komoditas pertanian; tetapi juga sebagai situs rekreasi, pariwisata, tempat meluangkan waktu, produksi makanan khusus, konsumsi dan *e-commerce* (Saxena *et al.*, 2007). Di antara fungsi tersebut yang terpenting saat ini adalah destinasi wisata pedesaan (Gao and Wu, 2017). Pengalaman wisata pedesaan harus dipahami sebagai pengalaman keseluruhan dari sejumlah besar sumber daya, atraksi, layanan, orang, lingkungan dan keragamannya yang ditawarkan oleh destinasi tersebut, memang tidak semuanya dirancang untuk penggunaan wisata, akan tetapi semua hal tersebut yang berdampak pada pengalaman dan berpotensi dicari dan dihargai oleh wisatawan. (Kastenholz *et al.*, 2012).

Trend kedua yang memberi pengaruh luar biasa terhadap pertumbuhan ekonomi adalah ekonomi kreatif. Hubungan antara keduanya yakni ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi²⁰⁰⁶). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah dan *something to see* (seni pertunjukan kreatif) (Yoeti, 1985).

UNDP mendefinisikan ekonomi kreatif adalah bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya (UNDP, 2008). Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. setidaknya 14 sektor yang termasuk yaitu periklanan arsitektur; pasar barang seni kerajinan (*handicraft*); desain *fashion*; film, video, dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; radio dan televisi; riset dan pengembangan. Dengan kata lain, ekonomi kreatif menggunakan prinsip pengetahuan atau kreativitas intelektual sebagai basis pembangunan ekonomi (*knowledge economy*) yang berjaln kelindan dengan kearifan lokal

(budaya). Manfaat pengembangan ekonomi kreatif ini untuk penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan nilai tambah untuk mengentas kemiskinan melalui beragam pengembangan potensi sumberdaya dan budaya. Fakta menunjukkan keberhasilan dalam pengembangan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing, mengurangi pengangguran dan mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi.

Pengembangan ekonomi kreatif pada kabupaten/kota bisa dilakukan dengan memanfaatkan potensi daerah yang menjadi identitas kota/kabupaten, salah satunya berupa mengenalkan produk khas daerah. Identitas atau landmark disini dimaknai sebagai karakteristik yang membuat suatu daerah unik dan berbeda dengan daerah lain. Identitas daerah ini dapat mengakar dari kearifan lokal yakni nilai-nilai budaya, kondisi sosiokultural, kondisi geografis dan demografis (Markplus Institute, 2015). Seperti yang disebutkan pada bagian sebelumnya trend saat ini menjamur wisata desa atau wisata di kampung-kampung karena banyak diminati oleh para wisatawan baik domestik dan mancanegara. Wisata desa ini memadukan antara keindahan alam, keberagaman budaya, edukasi, dan ekonomi kreatif (Park & Yoon, 2009). Wisata pedesaan menawarkan kepada turis merasakan kebebasan dan kesempatan untuk santai, melakukan kegiatan di luar ruangan dan dekat dengan alam, sesuai dengan motivasi dari jenis wisata yang ditawarkan (Frochot, 2009). Pengembangan pariwisata berbasis budaya dengan mengedepankan wisata minat khusus banyak sekali berkembang di wilayah Indonesia (Wulandari, 2014).

Kecenderungan global saat ini di mana pelancong mencari keaslian budaya. Pariwisata berbasis warisan budaya akan mampu memberi manfaat kepada ke dua belah pihak, yakni warga tuan rumah dan wisatawan sendiri. Dari sudut pandang warga komunitas, pariwisata berbasis warisan budaya dapat membantu mempertahankan sejarah, tradisi dan adat istiadat layaknya budaya secara keseluruhan. Pariwisata berbasis warisan budaya juga memberi manfaat secara sosial dan ekonomi lokal. Penduduk setempat dapat pula menjual hasil karya seni dan kerajinan sebagai cenderamata kepada para turis. Hasil karya seni dan kerajinan untuk tujuan ekspor berbeda dari yang dibuat untuk kebutuhan sendiri; kesenian dan kerajinan baru mengekspresikan apa yang mereka pikir pasar inginkan dan juga apa yang mereka ingin orang luar pikirkan tentang mereka (Graburn, 2000).

Identitas Pulau Madura adalah batik, sapi madura, garam, tembakau. Sebutan yang sering mengemuka adalah Madura sebagai Pulau Garam dan Pulau sapi. Tercatat jumlah sapi tahun 2015 sebanyak 917.061 ekor atau 22% dari jumlah populasi sapi yang ada di Jawa Timur (Dispet, 2016; Kutsiyah, 2009). Kondisi ini merupakan potensi yang mampu memberi peluang bagi pengembangan sub sektor peternakan baik sapi potong maupun komoditas ternak lainnya menuju pengembangan kawasan agribisnis berbasis ternak.

Sapi madura juga sebagai sahabat petani di Pulau Madura, sehingga tradisi dan budaya masyarakat tidak bisa dilepaskan darinya. Salah satu karakteristik masyarakat di wilayah ini sangat gemar memelihara sapi dan ia benar-benar menjadi bagian dalam kehidupan mereka, sebagai bukti konkretnya memunculkan kesenian atau budaya karapan sapi dan dilanjutkan dengan kontes atau budaya sapi sonok. Budaya sapi sonok adalah tradisi masyarakat Madura khususnya Kabupaten Pamekasan dan Sumenep dalam bentuk sapi pajangan (*taccek*), *kolom taccek* (perkumpulan *taccek*), warung *taccek*, kontes sapi sonok dan manajemen pembibitan-produksi. Kehadiran budaya ini terbukti melanggengkan ketersediaan sapi madura unggul, peningkatan harga jual, sebagai sarana silaturahmi antar peternak dan tidak kalah pentingnya menyuguhkan tontonan menarik, indah dan rancak (Kutsiyah, 2015; 2017). Saat ini perkembangan sapi sonok meningkat sangat signifikan dari tahun ke tahun, dengan wilayah sentranya di Madura Bagian utara, khususnya Kecamatan Waru, Pasean, dan Batumarmar Kabupaten Pamekasan, serta Kecamatan Batuputih Kabupaten Sumenep. Oleh

karena itu tujuan penulisan artikel ini untuk mendiskripsikan upaya menumbuhkembangkan destinasi desa wisata dan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal: budaya sapi sonok di wilayah bagian utara Pulau Madura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan konsep Desa Wisata, pendekatan ekonomi kreatif dan Resource Based View dengan kerangka VRIO (*valuable, rare, costly to imitate dan exploited by institution*). Desa Wisata adalah pengembangan suatu wilayah (desa) dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata, menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema (Putra, 2006). Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata (Yoeti, 1985). Nuryanti (1993) juga mengemukakan bahwa desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku.

Kegiatan penelitian ini berdasarkan tujuannya diklasifikasikan sebagai jenis penelitian eksploratif, yaitu penelitian yang bermaksud mengkaji potensi budaya sapi sonok dan pemanfaatannya untuk memacu hadirnya desa wisata dan ekonomi kreatif di wilayah sentra sapi sonok yaitu di wilayah bagian utara Pulau Madura, baik dalam bentuk paket wisata desa budaya sapi sonok dan alternatif untuk pengembangan sumberdaya berbasis lokal sebagai turunannya untuk menjadi pengungkit tumbuhnya ekonomi kreatif pada masyarakat di pedesaan. Jenis data sebagian besar deskriptif yang digali melalui *indept interview* (wawancara mendalam) dan observasi.

Penentuan lokasi ditetapkan secara sengaja (*purposive*) di tiga Kecamatan yaitu Kecamatan Pasean dan Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan dan Kecamatan Batu Putih Kabupaten Sumenep. Target titik-titik lokasi penelitian terpusat pada tiga desa yakni Desa Dempo Barat Kecamatan Pasean, Desa Waru Barat Kecamatan Waru dan Desa Batuputih Kenek Kecamatan Batuputih Sumenep. Pertimbangannya bahwa ketiga kecamatan tersebut merupakan daerah sentra sapi sonok dan memiliki populasi sapi Madura paling tinggi di Kabupaten Pamekasan serta budaya sapi sonok terinternalisasi dalam kehidupan masyarakatnya. Sementara pemilihan tiga desa tersebut karena wilayah ketiganya paling dominan budaya sapi sonok diterapkan dalam keseharian penduduk, mulai dari frekuensi koloman sapi *taccek*, jumlah tempat pemajangan sapi, perhelatan kontes sonok, peternak trampil dalam pembibitan dan budidaya sapi sonok. Sebagai keterangan tambahan Desa Dempo Barat tersebut di plot oleh Bappeda Pamekasan sebagai salah satu target Desa yang diusulkan diterapkan sebagai Desa OVOP (*one village one product*) (Kutsiyah, 2017).

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan *resource based view* dengan kerangka VRIO, yang mencakup empat parameter kunci yaitu (*Valuable* [bernilai], *Rare* [langka], *Costly to Imitate* [sulit untuk diimitasi] dan *Exploited by Institution* [sudah dikelola oleh insititusi]), untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1. Kerangka VRIO ini bertujuan mengetahui keunggulan kompetitif budaya sapi sonok. Jumlah responden sebanyak 30 orang dari perwakilan satuan perangkat daerah baik itu dari Kecamatan, bagian sekretariat daerah dan dinas terkait.

Tabel 1. Kerangka VRIO

Apakah sumberdaya dan kapabilitas				Kekuatan dan kelemahan	
Bernilai?	Langka?	Sulit ditiru?	Dieksploitasi oleh organisasi		
Tidak	-	-	tidak	Kelemahan	(<i>competitive disadvantage</i>)
Ya	Tidak	-	↕	Kekuatan	(<i>competitive parity</i>)
Ya	Ya	Tidak		Kekuatan dan kompetensi yang membedakan (Temporary <i>competitive advantage</i>)	
Ya	Ya	Ya	Ya	Kekuatan dan kompetensi yang membedakan serta berkesinambungan (<i>sustained competitive advantage</i>)	

Sumber: Barney and Clark (2007; Mark Plus, 2015; Wandrial, 2011)

Sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki suatu wilayah dikatakan bernilai apabila dapat mengeksploitasi peluang dan menetralkan ancaman lingkungan eksternal. Disebut langka apabila sumber daya dan kapabilitas tersebut hanya dimiliki oleh suatu wilayah dan tidak dimiliki oleh wilayah lainnya. Dikatakan sulit diimitasi apabila wilayah lain mengalami kerugian biaya (*cost disadvantage*) dalam upayanya memenuhi atau mengembangkan sumber daya dan kapabilitas yang ingin diimitasi (Markplus, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profile Wilayah Sentra Sapi Sonok

Perkembangan sapi sonok saat ini meningkat sangat signifikan dari tahun ke tahun, dengan wilayah sentranya adalah Kecamatan Waru, Pasean, dan Batuputih. Kecamatan Waru terdiri atas dua belas desa. Mata pencaharian sebagian besar warganya adalah petani sekaligus peternak. Kawasan ini termasuk wilayah agropolitan, ini berarti Kecamatan Waru termasuk salah satu kota (*politan*) pertanian (*agro*), yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha agribisnis serta diharapkan mampu melayani, mendorong, menarik, kegiatan pembangunan pertanian (agribisnis) di wilayah sekitarnya. Jumlah penduduk di Kecamatan Waru pada tahun 2015 sebanyak 65.806 jiwa, dengan 16.304 Kepala Keluarga (KK). Sebagian besar masyarakatnya berpendidikan belum tamat Sekolah Dasar dan sebatas lulus SD. Salah satu desa di kawasan ini yakni Desa Waru barat memiliki pemandangan cukup bagus. Produk unggulan Kawasan Waru adalah empon-empon (rempah-rempahan dan obat-obatan organik) tembakau, sapi potong dan buah kelapa sebagai komoditas unggulan, sementara produk unggulan khusus adalah salak, jeruk, rambutan dan papaya (BPSa, 2017).

Kecamatan Pasean terletak di daerah utara Kabupaten Pemekasan, dengan jumlah sembilan desa, jumlah penduduk tahun 2015 yaitu 50.188, dengan jumlah kepala keluarga 14.620. Pendidikan penduduk didominasi belum tamat SD dan sebatas tamat SD. Kecamatan ini memiliki sejumlah sumberdaya alam potensial seperti pesisir laut yang menjadi sandaran masyarakat nelayan, sapi potong dan juga mempunyai potensi tanaman tembakau, pisang, cabe jamu dan jagung. Adapun produk unggulan kecamatan ini adalah tembakau dan hasil tangkapan ikan, terasi, dan petis (BPSb, 2017).

Kecamatan Batu Putih terletak di daerah utara Kabupaten Sumenep yang mencakup empat belas desa. Jumlah penduduknya mencapai 44.064 jiwa dan jumlah KK sebanyak 13.653. Komoditas unggulan kawasan ini adalah jagung, padi, tembakau, kedelai, kacang hijau, kelapa, kapuk randu dan siwalan serta cabe jamu. Pendidikan penduduk didominasi belum tamat SD yakni proporsinya 76% (BPS, 2017c).

Keragaan Peternakan Sapi Potong di Sentra Sapi Sonok

Potensi wilayah sentra sonok di bidang peternakan adalah (a)performan populasi sapi lokal (Madura) tergolong unggul (b)wilayah ini sebagai salah satu barometer pengembangan sapi Madura di Pulau Madura, sehingga keberhasilan wilayah tersebut akan berdampak luas, karena peternak dari Kabupaten Sumenep, Sampang dan Pamekasan bertransaksi sapi-sapi unggul di wilayah ini (c)untuk kecamatan Waru dan Pasean telah dijadikan sebagai wilayah perluasan Pelestarian Plasma nutfah Sapi Madura yang ditetapkan dalam peraturan Bupati Pamekasan melalui Surat keputusan Bupati Pamekasan Nomor :188/173/432.131/2015, tentang Penetapan Kawasan Pembibitan Sapi Madura (d)manajemen pembibitan-pemeliharaan tergolong cukup optimal karena telah melaksanakan seleksi ternak melalui seleksi silsilah, seleksi keturunan maupun seleksi individu. Begitupula dalam pemeliharaan dalam aspek sanitasi, pemberian jamu dan pakan (e)tradisi *taneyan lanjang* yakni keluarga besar berkumpul dalam bangunan berkelompok yang terdiri dari tiga atau lebih dari tiga kepala keluarga (KK), dengan bagian didalam bangunannya kandang besar dengan jumlah sapi yang dipelihara berkisar 5-10 ekor, banyak ditemui di daerah ini.

Populasi ternaknya tergolong tinggi terutama untuk Kecamatan Pasean dan Batuputih menduduki wilayah dengan jumlah ternak paling tinggi di bandingkan di kecamatan lain di masing-masing Kabupaten tersebut. Karakteristik lainnya yakni termasuk kategori sumber bibit dengan proporasi sapi betina jauh lebih tinggi dari sapi jantan yakni $\pm 90\%$ dari total populasi sapi. Adapun jumlah KK yang menjadi peternak lebih dari 50% untuk Kecamatan Pasean dan Batuputih. Sebagai keterangan tambahan selain sebagai peternak, mereka juga sebagai petani dan terkadang sebagai buruh, dengan kata lain kepemilikan ternak sapi sebagai pendapatan tambahan (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Populasi ternak dan, luas wilayah dan rumah tangga yang menjadi peternak (BPS, 2017abc)

Kecamatan	Populasi sapi (ekor)	Rumah tangga peternak		Jumlah desa	Luas wilayah (km ²)
		KK	% dari total KK		
Pasean	30.632	9.865	67%	9	76,88
Batuputih	34.485	12.458	91%	14	112,31
Waru	13.514			12	70,03

Budaya Sapi Sonok

Budaya sapi sonok mencakup sapi pajangan, kolom *taccek*, warung *taccek*, kontes sapi sonok, dan manajemen pembibitan dan produksi sapi potong. Sapi pajangan adalah tempat untuk pemajangan sapi, selain itu berfungsi sebagai tempat penjemuran, dan pengobatan serta juga digunakan sebagai sarana melatih sapi sonok. Tempat pemajangan ini disebut *taccek* yang terbuat dari bahan kayu tetapi ada pula yang dari besi. Setiap rumah peternak biasanya dibagian halaman depan atau bagian samping terdapat tempat pemajangan ini. Di tempat itulah kebiasaan peternak berlama-lama memandang sapi yang dipajang serta merawatnya.

Kolom taccek adalah sapi betina 24-50 ekor dijejer berbaris menurut ketinggian. Fungsi kolom taccek tersebut adalah salah satu tempat sebagai ajang silaturahmi antar peternak dan penyuluhan. Di samping itu sebagai media transaksi penjualan. Pada acara kolom taccek juga hadir peternak dari luar desa seperti dari kecamatan atau kabupaten lain. Nuansa kekeluargaan sangat kental dengan hidangan kopi dan gorengan. Mereka duduk bersila dengan mempercakapkan banyak hal.

Warung taccek adalah sarana untuk media transaksi jual beli sapi. Lokasinya berada dipinggir jalan, tepatnya disebelah kanan atau sebelah kiri tersedia lahan kosong tempat sapi dipajang. Lahan kosong ini bisa menampung 20 hingga 30 ekor sapi. Warung *taccek* ini juga sebagai tempat peternak minum kopi hingga silaturahmi (Kutsiyah, 2015).

Kontes sapi sonok adalah lenggak-lenggok sapi betina yang didandan cantik berpenampilan bersih, proporsional dan gemulai serta perilakunya jinak. Dalam kontes ini banyak tontonan lainnya yang menarik yakni tarian joki, sinden, musik saronen dan keunikan perilaku peternak sapi sonok yang spontan, bersahabat serta menyatu dengan irama budaya sapi sonok (Kutsiyah, 2017).

Kondisi Sosial Budaya Masyarakat di Sentra sapi Sonok

Seringkali pandangan masyarakat tentang sapi sonok dipersepsikan sebatas kontes sapi saja. Mungkin sekilas hal tersebut yang paling mengemuka, namun jika ditelusuri mulai dari asal muasal hadirnya hingga sosial kultural masyarakat, budaya sapi sonok mencakup sapi pajangan, kolom taccek, warung taccek, kontes sapi sonok, dan manajemen pembibitan dan produksi. Kelembagaan (budaya) yang terinternalisasi dalam kehidupan masyarakat di sentra sapi sonok adalah kegemaran terhadap kontes sapi sonok dan sapi pajangan dalam bentuk kolom taccek (perkumpulan sapi pajangan). Keduanya sebagai pertunjukan yang menarik untuk ditonton.

Budaya sapi sonok berjaln kelindan dengan perbaikan performan ternak, peningkatan pendapatan peternak hingga transaksi penjualan. Kehadiran budaya ini terbukti melanggengkan ketersediaan sapi madura unggul, peningkatan harga jual, sebagai sarana silaturahmi antar peternak dan tidak kalah pentingnya menyuguhkan tontonan menarik, indah dan rancak.

Pertama, Fakta budaya ini dapat melanggengkan ketersediaan sapi Madura unggul yaitu performan sapi Madura di wilayah tersebut tergolong unggul dibandingkan di wilayah lainnya di Pulau Madura, dengan berat badan kisaran 300-600 Kg. Faktor penyebabnya karena telah diterapkan system seleksi keturunan (uji *zuriat*), individu dan silsilah dan pola pemeliharaannya tergolong cukup optimal. Kedua, peningkatan pendapatan peternak (Kutsiyah, 2012). Hasil penelitian Agustina (2013) pembibitan sapi sonok pendapatannya cukup menggiurkan. Penerimaannya diperoleh bukan hanya dari penjualan pedet (anak sapi) tetapi juga dari jasa sewa sapi sonok untuk kegiatan hajatan ataupun acara lainnya. Di samping itu harga sapi sonok lebih tinggi daripada sapi madura yang bukan kategori sapi sonok. Ketiga, transaksi penjualan sapi sonok dilakukan pada acara kolom taccek. Pada saat acara tersebut peternak memilih performan calon sapi yang disukainya disinilah transaksi jual beli terjadi.

Keseharian budaya sapi sonok yang terinternalisasi dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai berikut:

- 1) Frekuensi kegiatan even kolom taccek dan kontes sapi sonok banyak ditemui. Tempat pelaksanaan perkumpulan sapi taccek ini di lapangan dan halaman rumah

- penduduk. Pelaksanaannya berpindah-pindah dari kelompok kepada kelompok lain. Setiap dusun memiliki kelompok kecil, dengan 2-3 kelompok kecil dan anggota minimal 24 orang. Kegiatan kolom taccek untuk satu perkumpulan digelar dua minggu sampai satu bulan sekali.
- 2) Masyarakat melatih sapi sonok. Sebagai penjelasan sapi sonok adalah sapi betina yang memiliki ciri-ciri cantik, bisa berjalan lurus mengikuti irama saronen dan komando pawang sampai ke arena finish dengan tumpuan kaki tepat saat dia menempatkannya pada ukuran balok setinggi 15 cm.
 - 3) Tempat pemajangan (*taccek*) sapi dimiliki per kepala keluarga (KK), hampir semua petani memiliki tempat pemajangan sapi dan kandang. Biasanya *taccek* dibuat ala kadarnya, khusus sapi sonok dibuat dari besi dan dihiasi pohon-pohonan.
 - 4) Terdapat beberapa peternak yang memiliki sapi pejantan unggul yang dijadikan pemacek. Para peternak lainnya baik yang memiliki sapi sonok ataupun sapi madura bukan tergolong sonok menggunakan jasa pejantan unggul tersebut.
 - 5) Adanya warung taccek. Saat ini jumlah warung taccek sangat jarang ditemui, dan yang masih ada keadaannya sangat mengenaskan. Berkurangnya jumlah warung taccek karena banyaknya alih fungsi lahan.
 - 6) Memproduksi *pengangguy* (pakaian dan pernak-pernik) dan pangonong untuk sapi sonok. Pangangguy ini mencakup hiasan kepala, hiasan kaki, leher dan tubuh sapi.
 - 7) Keunikan perilaku peternak disini terlihat dari kebiasaan peternak yang sehariannya memandikan sapi, memijat serta melatih langkah sapi. Teknik pembibitannya maupun manajemen pakan agak berbeda dari sapi potong pada umumnya. Seklain itu ritualitas ketika pembelian sapi sering kali ditemui, yang biasanya melibatkan tetangga dekat untuk merayakannya.
 - 8) Terdapat club atau kelompok penari dan pemain saronen dengan variasi kreativitas baik dari segi fashion, tarian maupun hal-hal lainnya.

Budaya sapi sonok sebagai Potensi Daerah

Berikut hasil analisis lingkungan internal dari Budaya sapi sonok beserta turunannya sebagai Potensi Daerah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kerangka analisis VRIO Budaya Sapi Sonok

Sumberdaya		V	R	I	O	Implikasi kompetitif	Kinerja ekonomi
Kontes sapi Sonok	Perlombaan lenggak lengkok sapi sonok	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Saronen	-	v	v	v	<i>Temporary competitive advantage</i>	Di atas normal
	Tari nantheng	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Tari topeng Gettak	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
	Karawitan	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Pangangguy	v	v	v	-	<i>Temporary competitive advantage</i>	Di atas normal
Keunikan	Pajangan sapi	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Taneyan lanjhang	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Kolom taccek	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal

	Warung taccek	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Pemeliharaan & pelatihan sapi sonok	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
Sumberdaya manusia	Budaya masyarakat	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Paguyuban sapi sonok	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Pembuatan jamu ternak	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Pengetahuan: pemeliharaan dan pembibitan sapi	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Sikap ramah masyarakat lokal	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Tenaga pengelola, dan pelaku pariwisata	-	-	-	-	<i>Competitive disadvantage</i>	Di bawah normal
	Kerajinan	Batik Madura	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>
Ornamen sapi sonok		v	v	v	-	<i>Temporary competitive advantage</i>	Di atas normal
Baju Pesa'an		-	-	-	-	<i>Competitive disadvantage</i>	Di bawah normal
Kerajinan dari bambu		-	-	-	-	<i>Competitive disadvantage</i>	Di bawah normal
Kuliner	Soto madura	-	-	-	-	<i>Competitive disadvantage</i>	Di bawah normal
	Kaldu kikil	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
	Petis ikan	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
	Terasi	-	-	-	-	<i>Competitive disadvantage</i>	Di bawah normal
	Otok	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
	Poleh	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
	Tattabun	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal
Lepet	v	v	-	-	<i>Competitive parity</i>	normal	
Faktor pendukung	Keindahan alam: pantai slopeng, pantai lombang	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Karapan sapi	v	v	v	v	<i>Sustainable competitive advantage</i>	Di atas normal
	Terjaminnya keamanan, ketertiban dan kebersihan	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal
	Produksi buah-buahan: srikaya, mangga, dll	v	-	-	v	<i>Competitive parity</i>	normal

Dari Tabel 3 Potensi budaya sapi sonok memiliki kekuatan yang bersifat strategis yaitu (1) Perlombaan lenggak lenggok sapi sonok: kedua pasang sapi lurus berjalan mengikuti irama saronen sampai ke arena finish dan kaki dengan tepat bertumpu /menenpatkan kedua kakinya pada ukuran balok setinggi 15 cm (2) pajangan sapi (3) kolom taccek (4) taneyan lanjhang, (4) pemeliharaan & pelatihan sapi sonok, (5) budaya masyarakat (6) saronen (7) pangangguy (8) kerajinan yang berupa ornamen sapi sonok (9) batik madura. Daftar kekuatan inilah yang menjadi modal besar bagi tumbuh kembangnya destinasi desa wisata dan ekonomi kreatif berbasis budaya sapi sonok di wilayah bagian utara Pulau Madura.

Destinasi Desa Wisata Budaya Sapi Sonok dan Keterkaitannya dengan Ekonomi Kreatif

Branding adalah sebuah proses membuat sebuah brand menjadi *branded*, prosesnya meliputi mengeksplor potensi daerah yang berbasiskan kearifan lokal, mengemas potensi daerah yang unggul secara terintegrasi dan mengekspos potensi tersebut agar dikenali dan diingat oleh dunia, baik nasional maupun internasional. Seperti yang disebutkan pada bagian sebelumnya

identitas yang membuat daerah anda unik dan berbeda dengan daerah lain, artinya menggunakan keunikan untuk membedakan Madura dari daerah lain” identitas daerah dapat mengakar pada kearifan lokal: nilai-nilai budaya, kondisi geografis, kondisi demografis dan kondisi sosio cultural (Markplus, 2016).

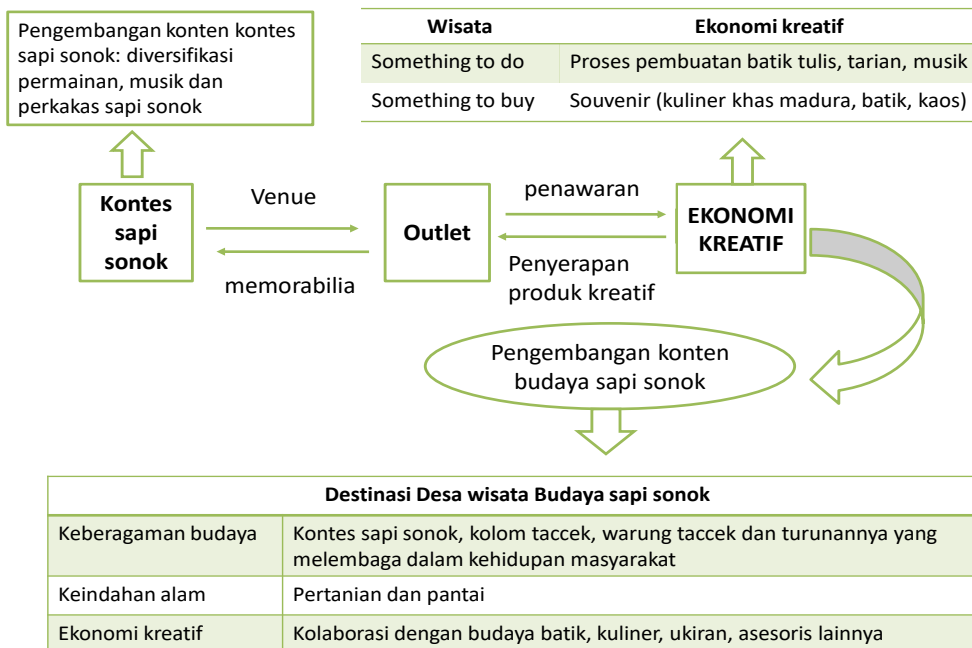
Salah satu pendekatan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat desa berbasis budaya yang saat ini sedang trend adalah destinasi desa wisata budaya. Disinilah budaya sapi sonok dapat dijadikan sebagai pariwisata desa (*rural tourism*). Desa sapi sonok dibuat menarik, indah dan memberi kenangan bagi wisatawan. Desa sapi sonok harus berisi segala hal terkait budaya sapi sonok, mulai dari aspek pemeliharaan, pelatihan, kontes, sapi pajangan, warung taccek, souvenir, baju kedaerahan madura dan peralatan musik tradisional yang mengiringnya.

1. Kandang sapi
2. kebersihan, keunikan tempat pakan serta view tampak luar dan dalam kandang. Konsep eco-wisata diselipkan didalamnya, seperti penanganan limbah kotoran sapi menjadi biogas dan pupuk, artinya perlu dibangun biogas di rumah-rumah peternak.
3. Tempat pemajangan sapi dibuat indah dan menarik. Mulai dari alas dasar di cor dengan semen, kemudian tacceknnya dibuat dari besi serta diselingi dengan pernak pernik lainnya. *taccek*, tempat sapi dipajang yang berfungsi juga untuk memandikan, memijat, menjemur serta relaksasi sapi. Di samping itu sebagai sarana melatih sapi sonok dalam posisi menaikkan kaki depannya ke balok kayu (latihan *jejek*).
4. Adanya gazebo atau semacam langgar sehingga ada tempat nyaman untuk ngobrol dan berbincang-bincang). Di desa ini juga bisa diterapkan *taneyan lanjang* (*kampung meji*).
5. Lapangan untuk kontes dan atau lapangan untuk kolom taccek ditata sedemikian rupa. Lapangan ini digunakan untuk kontes sapi sonok, pertemuan kolom taccek dan juga sebagai tempat latihan bagi para penari/penggembira.
6. Tontonan atau klub sapi sonok lengkap dengan joki, penari dan peralatan music saronen.
7. Ruang untuk pembuatan jamu disediakan secara khusus, disini tidak hanya untuk meracik jamu sapi sonok tetapi juga ruang untuk para wisatawan yang mau belajar membuat jamu-jamuan terkait konsumsi sapi sonok. Mulai dari *ronronan*, *paramtoan*, *srikaya* dan lainnya.
8. ada outlet yang menyediakan souvenir (handicraft atau memorabilia) dan ornamen-ornamen lain sebagai daya tarik.
9. Adanya kios pangangguy (pakaian dan pernak-pernik sapi sonok)
10. Warung taccek adalah media untuk memperkenalkan kuliner khas Madura, mulai dari soto, tattabun, lepet, krepik tette, rujak, krupuk tangguk, krupuk ikan khas dan yang lainnya. Tidak kalah pentingnya adanya pengolahan produk berbasis sumberdaya lokal di destinasi desa wisata budaya ini
11. Di wilayah lain perlu kontribusi seperti kolaborasi dengan produk. Batik sebagai salah satu ikon, maka perlu banyak inovasi, tidak hanya sebatas kualitas produk tetapi manajemen ekonomi kreatif perlu dikedepankan dan salah satu caranya dengan disandingkan bersama wisata budaya sapi sonok. Sampai saat ini bagi wisatawan berburu batik masih menjadi favorit, selain mengunjungi obyek wisata.

Dengan kata lain desa sapi sonok akan menggiring wisatawan untuk melihat atraksi, berinteraksi atau merasakan pengalaman langsung dengan budayanya dan merangsang mereka membeli souvenir khas Madura. Oleh karena itu, diharapkan nantinya ada kegiatan ekonomi kreatif di Kabupaten Pamekasan dalam bentuk paket wisata desa sapi sonok yang secara rutin diterapkan.

Sebagai penegasan kembali bahwa destinasi Desa wisata budaya sapi sonok dibuat menarik, indah dan memberi kenangan bagi wisatawan. Desa sapi sonok harus berisi segala hal terkait budaya sapi sonok, mulai dari aspek pemeliharaan, pelatihan, kontes, sapi pajangan, *kolom taccek*, warung *taccek*, *pangangguy* sapi sonok, souvenir, baju kedaerahan madura dan peralatan musik tradisional serta klub/kelompok penari yang mengiringinya (Kutsiyah, 2015).

Desa wisata budaya sapi sonok adalah cara patas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena sekaligus lima keuntungan yang bisa diraih. Pertama, pemicu hadirnya ekonomi kreatif di sentra sapi sonok. Kedua, optimalisasi budaya sapi sonok, ini berarti semakin melanggengkan ketersediaan sapi madura unggul. Ketiga, *village breeding centre* mudah diterapkan, sebab setiap dusun memiliki koordinator wilayah dalam penaungan paguyuban sonok. Keempat, pertanian terpadu (*agrotechnopark*) akan lebih berhasil karena adanya pendampingan untuk terwujudnya desa wisata yang mengharuskan desa sapi sonok dibuat menarik, indah dan memberi kenangan bagi wisatawan. Kelima, *corporate farming* “*ala Madura*” mudah diterapkan, karena penerapannya memadukan dengan konsep *taneyan lanjang* yang merupakan tradisi dari masyarakat Madura (Kutsiyah *et al*, 2014; 2015).



Gambar 3. Pola pengembangan desa wisata budaya sapi sonok dan keterkaitannya dengan ekonomi kreatif (Kutsiyah, 2015; dimodifikasi merujuk karakteristik Kecamatan Batuputih, Waru dan Pasean).

Disinilah pola-pola pengembangan ekonomi kreatif sebagai pengungkitnya adalah sektor wisata budaya sapi sonok dapat diterapkan mulai dari desa (kampung) sapi sonok hingga

menyembulkan landmark “pencitraan wilayah Madura melalui paket wisata budaya sapi sonok, yang menawarkan kebergaman budaya dan ekonomi kreatif. Beberapa pakar pengamat bidang pariwisata menyebutkan, kelemahan konsep desa wisata di Indonesia tidak adanya *link* dengan industri kreatif untuk produksi souvenir, keduanya tidak bersanding tetapi berjalan secara terpisah. Secara umum pola pengembangan sapi sonok dapat dilihat pada pada Gambar 3.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi budaya sapi sonok memiliki kekuatan yang bersifat strategis. Budaya ini berjaln kelindan dengan perbaikan performan ternak, peningkatan pendapatan peternak, pemurnian plasma nutfah sapi madura, ajang silaturahmi para peternak, mempermudah transaksi penjualan serta sebagai tontonan yang menarik, rancak dan kaya dengan nilai-nilai kearifan lokal seperti baju khas madura, alat musik (saronen dan karawitan), tarian hingga kerajinan tangan. Disamping itu perilaku dan interaksi sosial yang melingkupi budaya ini khas, butuh ketelatenan dan atribut-atributnya adalah spesifik karakter Madura. Oleh karena itu, dengan potensi yang dimilikinya diharapkan adanya destinasi desa wisata budaya sapi sonok. Wisata pedesaan tersebut dibuat menarik, indah dan memberi kenangan bagi wisatawan dan berisi segala hal terkait sosial-budaya masyarakat di sentra sapi sonok, mulai dari aspek budidaya, pelatihan, kontes, sapi pajangan, *kolom taccek*, warung *taccek*, produk kreatif (kolaborasi batik, kuliner, ukiran dan asesoris lainnya seperti *pangangguy*, baju kedaerahan madura dan saronen).

Ucapan Terima kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dirjen Pendidikan Tinggi yang telah memberi bantuan pendanaan hibah bersaing untuk pelaksanaan penelitian yang berjudul Kelembagaan pembibitan sapi Madura di Pulau Madura, Bappeda Kabupaten Pamekasan atas kepercayaan pada penulis untuk melaksanakan penelitian *One Village One Product* di Kabupaten Pamekasan, Balitbangda Kabupaten Pamekasan dengan mensponsori penelitian penulis dengan judul Desain menumbuhkembangkan ekonomi kreatif di sentra sapi sonok kabupaten Pamekasan. Sebagai keterangan tambahan artikel ini mengambil data dari tiga hasil penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D.K. 2013. Pengembangan budidaya sapi sonok dalam prospektif ekonomi kreatif di Waru – Pamekasan. *Tesis*. Program Pascasarjana, UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Augustyn, M. 1998. National strategies for rural tourism development and sustainability: The Polish experience. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 6(3): 191-209.
- Barbieri, C. 2013. Assessing the sustainability of agri-tourism in the US: A comparison between agri-tourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 21(2): 252-270.
- Barney, J., and D. Clark. 2007. *Resource-Base Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press
- BPS(a). 2017. *Statistik Daerah Kecamatan Pasean tahun 2017*. <http://pamekasankab.bps.go.id>. Access date 2017.07.19
- BPS(b). 2017. *Statistik Daerah Kecamatan Waru tahun 2017*. <http://pamekasankab.bps.go.id>. Access date 2017.07.19

- BPS(c). 2017. *Statistik Daerah Kecamatan Batuputih tahun 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep. <http://pamekasankab.bps.go.id>. Access date 2017.07.19
- Purwanggono, D. 2009. Konsep desa wisata. *Jurnal pariwisata Indonesia*, Vol 4 (2)
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 : Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2025"
- Flisher, A., & Felsenstein, D. 2000. Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 21(4), 180-194.
- Frochot, I. 2005. A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3), 335–346.
- Gao, J and B, Wu. 2017. Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management* 63 (2017) 223-233. journal homepage: www.elsevier.com/locate/tourman
- Graburn, N.H.H. 2000. Preface. In *Michael Hitcock and K. Teague* (eds) *The Material Culture of Tourism*. Aldershot, Ashgate.
- Kastenholz, E., M.J. Carneiro., C.P. Marques., J. Lima. 2012. Understanding and managing the rural tourism experience — The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, vol 4: 207–214
- Kutsiyah, Farahdilla. 2012. Analisis Pembibitan Sapi Potong di Pulau Madura. Volume 22 nomor 3. *Wartazoa*. 113-126.
- Kutsiyah, Farahdilla. 2012. *Kelembagaan dan Pembibitan Sapi Potong di Pulau Madura*. Karya Putra Darwati, Bandung.
- Kutsiyah, Farahdilla. 2015. *Sapi Sonok dan Karapan Sapi: Budaya Ekonomi Kreatif Masyarakat Madura*. Plantaxia, Yogyakarta.
- Kutsiyah, Farahdilla. 2016. Pengembangan Agribisnis sapi Bibit Madura Melalui Pendekatan one tambon one product (OTOP) di Pulau Madura. *Maduranch*, Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan. Vol 1 No 1.
- Kutsiyah, Farahdilla. 2017. Performa Desa yang diusulkan untuk penerapan One Village One Product (OVOP) di Kabupaten Pamekasan. *Iqtishadia*, Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, Vol.4 No.1
- Markplus Institute. 2015. *Ekonomi kreatif Indonesia*. Jakarta.
- Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective And Challenges, makalah bagian dari laporan konferensi internasional mengenai pariwisata Budaya. http://supertoolbar.ask.com/redict?client=ie&tb=NG2V5&o=&src=kw&q=id.wikipedia.org/wiki/desa_wisata&locale=en_US. Diakses pada tanggal 10 februari 2013.
- Ooi, Can-Seng (2006). "Tourism and the Creative Economy in Singapore" Departement of International Economics and Management. Copenhagen Business School
- Park, D., & Yoon, Y. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99–108.
- Prasiasa, Oka Dewa Putu. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Putra, A. M. 2006. Konsep Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, Vol 5 (1)
- Putra, I Nyoman Darma (ed.). 2015. *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali*. Denpasar
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., Ilbery, B., Clark, G., & Chabrel, M. (2007). Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 347-370.
- UNDP (2008). "Creative Economy Report 2008"

- Wandrial, Son. 2011. Analisis Internal Perusahaan (Strength & Weakness), Menggunakan konsep 'Resource-Based View Of The Firm' Dengan Kerangka VRIO. *Binus Business Review*. Vol. 2 No. 2 November 2011: 627-637
- Wulandari, L.W. 2014. Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa Wisata Berbasis Budaya Sebagai Niche Market Destination (Studi Kasus Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Sleman). *ApLikasi Bisnis*. 2014. 2140-2167
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa
- Yoety, Oka A, 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.