

JAARMARKT DI SURABAYA MASA PEMERINTAHAN HINDIA-BELANDA

Nova Artika Desty Dyokta

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Surabaya

E-mail: nova.artika@gmail.com

Nasution

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Surabaya

Abstract

In the early 20th century, Surabaya has grown into a modern city where the development of industrial and commercial center. This progress is inseparable from the political course of the state-run Ethical Dutch East Indies in the 1900s were marked by progress in various sectors of life. Along with the rapid growth of the industry and the growing number of European population living in Surabaya, the Dutch East Indies government provides the facility to showcase the results of the industry and provides a means of promotion for companies that want to introduce their products. Production of government-organized exhibition is called Jaarmarkt. Jaarmarkt also aims to seek financial gain through the state media shows the exhibition held once every year. The problems studied in this research is what background the Dutch East Indies government-organized Jaarmarkt. Type of research in this study is the study of history by using the historical method. The historical method comprises the stages heuristic, criticism, interpretation, and historiography. The end result of this study is to provide an overview of information regarding the reason Jaarmarkt ranging from the Dutch East Indies government-organized Jaarmarkt, industrial products and entertainment are featured in Jaarmarkt, as well as the management of early Jaarmarkt stand held by the government with its own bureaucratic management.

Key Word: *Jaarmarkt, Hindia-Belanda Government, Surabaya*

Abstrak

Pada awal abad ke-20, Surabaya telah berkembang menjadi kota modern di mana pengembangan pusat industri dan komersial. Kemajuan ini tidak terlepas dari arah politik negara yang dikelola Etis Hindia Belanda tahun 1900-an ditandai dengan kemajuan dalam berbagai sektor kehidupan. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri dan meningkatnya jumlah penduduk yang hidup di Eropa Surabaya, pemerintah Hindia Belanda menyediakan fasilitas untuk menampilkan hasil industri dan menyediakan sarana promosi bagi perusahaan yang ingin memperkenalkan produk mereka. Produksi pameran yang diselenggarakan pemerintah disebut Jaarmarkt. Jaarmarkt juga bertujuan untuk mencari keuntungan finansial melalui media pemerintah menunjukkan pameran yang diadakan setiap tahun sekali. Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah apa latar belakang Jaarmarkt pemerintah terorganisir Hindia Belanda. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah studi sejarah dengan menggunakan metode historis. Metode sejarah meliputi tahap heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran informasi mengenai Jaarmarkt alasan mulai dari Hindia Jaarmarkt pemerintah terorganisir Belanda, produk industri dan hiburan yang ditampilkan dalam Jaarmarkt, serta pengelolaan Jaarmarkt awal berdiri diselenggarakan oleh pemerintah dengan manajemen birokrasi sendiri.

Kata Kunci: Jaarmarkt, Pemerintah Hindia-Belanda, Surabaya

PENDAHULUAN

Jaarmarkt artinya Pasar Tahunan, istilah ini diambil dari bahasa Belanda *Jaar* artinya Tahun, sedangkan *Markt* artinya Pasar, yakni Pasar Tahunan yang diselenggarakan

oleh Pemerintah Hindia-Belanda. Acara ini bertujuan untuk memamerkan hasil industri berupa produk-produk industri impor maupun industri pribumi, memberikan hiburan pada penduduk, serta mencari keuntungan keuangan negara melalui media pameran yang diadakan

tiap tahun sekali.¹ Jadi dapat dikatakan bahwa *Jaarmarkt* merupakan format Expo yang diselenggarakan pada masa sekarang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis latar belakang pemerintah Hindia-Belanda menyelenggarakan *Jaarmarkt*. Kondisi perekonomian Surabaya yang sangat maju pada masa itu serta banyaknya industri yang ada di kota Surabaya merupakan faktor penting yang mempengaruhi munculnya fasilitas hiburan yang bersifat modern.

Sebelumnya juga ada skripsi yang membahas tentang "Perkembangan Taman Hiburan Rakyat (T.H.R) Surabaya tahun 1961-1974" (M.Yani Fatkhur R, 2007). *Jaarmarkt* yang sering diselenggarakan oleh pemerintah Hindia-Belanda, pada tahun 1961 berubah nama menjadi Taman Hiburan Rakyat. Penelitian ini menjelaskan bahwa *Jaarmarkt* merupakan cikal-bakal T.H.R dan tempat yang digunakan untuk penyelenggaraan T.H.R tahun 1961-1974 dahulunya merupakan tempat penyelenggaraan *Jaarmarkt*. Format kegiatan dalam acara ini juga hampir sama, namun yang membedakan adalah T.H.R hanya menyelenggarakan pertunjukkan-pertunjukkan tradisional dari masyarakat seperti wayang dan ludruk, sedangkan *Jaarmarkt* merupakan tempat untuk mempromosikan hasil industri disamping menyelenggarakan hiburan bagi masyarakat. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah jika penelitian ini lebih menekankan pada sejarah terbentuknya *Jaarmarkt*, sedangkan penelitian sebelumnya lebih menekankan perkembangan *Jaarmarkt* setelah menjadi T.H.R tahun 1961-1974.

Adanya pasar tahunan (*Jaarmarkt*) pada masa pemerintahan Hindia-Belanda merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti karena ternyata hiburan yang sejenis dengan Expo sudah ada sejak pemerintahan kolonial dan di era modernisasi seperti sekarang ini acara tersebut masih sering diselenggarakan oleh masyarakat. Format *Jaarmarkt* dalam abad ini dapat kita lihat pada penyelenggaraan Jakarta Fair, Surabaya Fair ataupun Jatim Expo. Hasil-hasil industri dipamerkan dalam skala yang besar dalam acara ini seperti produk *furniture*, *interior*, *otomotif*, *handycraft*, telekomunikasi, komputer dan elektronik, *property*, *branded fashion*, jasa dan produk BUMN.

METODE

Jenis penelitian dalam kajian ini adalah penelitian sejarah dengan menggunakan metode historis. Metode historis

terdiri dari tahapan *heuristik*, *kritik*, *interpretasi*, dan *historiografi*.² Tahapan *heuristik* didapat dengan mengumpulkan sumber primer berupa laporan tahunan (*Verslag*) dan koran-koran sezaman maupun sumber sekunder berupa buku-buku yang relevan. Tahap kritik lebih menitikberatkan pada kritik *intern*, yaitu dengan cara membandingkan sumber primer dengan sumber sekunder untuk mendapatkan data yang relevan serta menyeleksi data menjadi fakta. Setelah dilakukan kritik terhadap sumber, peneliti melakukan penafsiran dengan mencari hubungan antar fakta, baik dari sumber primer, sumber sekunder dan sumber lainnya mengenai penyelenggaraan Pasar Tahunan (*Jaarmarkt*) di Surabaya Masa Pemerintahan Hindia-Belanda Tahun 1905-1930.

Fakta-fakta tersebut kemudian dirangkai dalam sebuah peristiwa yang sebenarnya dengan memberikan penafsiran. Penafsiran dilakukan dengan menggunakan imajinasi ilmiah sesuai ketentuan dalam metode sejarah. Setelah dilakukan penafsiran, kemudian terbentuklah tulisan mengenai Pasar Tahunan (*Jaarmarkt*) di Surabaya.

KONDISI PEREKONOMIAN SURABAYA MASA PEMERINTAHAN HINDIA-BELANDA

Pada awal abad XX, wilayah Hindia-Belanda telah mengalami suatu perubahan yang cukup besar, tepatnya sejak berlangsungnya politik Etis yang dijalankan pemerintah Hindia-Belanda pada tahun 1900-an. Perubahan-perubahan pada zaman ini terlihat dengan adanya kemajuan dalam berbagai sektor kehidupan, baik kehidupan ekonomi, politik, agama dan budaya. Pelayanan kredit rakyat, rumah gadai pemerintah, pelayanan informasi, peningkatan pertanian, *opiumregie* (monopoli candu oleh negara), perbaikan kesehatan, pengobatan untuk rakyat, pelayanan pos, telegram, telepon, kereta api negara, dan peningkatan pendidikan, semuanya menjadi bagian aktivitas negara.³

Selama politik Etis berlangsung, beberapa wilayah Hindia-Belanda khususnya yang dijadikan sebagai daerah jajahan telah tumbuh dan berkembang menjadi kota modern. Zaman modernisasi juga terlihat dengan berdirinya pabrik-pabrik dan industri seperti pabrik baja, besi, tekstil, industri perkebunan, khususnya di Jawa.

Industrialisasi modern di Hindia-Belanda ditandai dengan adanya produksi gula untuk pasar internasional. Pemusatan perkebunan gula dan kopi di Jawa Timur pada tahun 1900-an, membuat Surabaya tumbuh menjadi kota

² Dudung Abdurahman. 1999. *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta: logos wacana ilmu, hlm.43

³ Takashi, Siraishi. 1997. *Zaman Bergerak: Radikalisme Rakyat di Jawa 1912-1926*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, hlm. 10-36.

¹ Faber, G.H. Von. 1933. *Nieuw Soerabaia, De Gaschiedenis Van Indie's voor naamste koopstad in de eerste kwarteeuw sedert hare installing 1906-1931*, hlm. 257-266.

terbesar di Hindia-Belanda dan pusat utama manufaktur yang terletak di kota. Industri utamanya adalah logam dan alat-alat mesin.⁴ pabrik-pabrik gula (*suikerfabriek*) yang ada di Surabaya yaitu *Suikerfabriek* Ketegan di Sepanjang, *Suikerfabriek* Ketintang di Ketintang dan Pabrik Gula Waroe di Waroe.⁵

Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan industri di Surabaya, maka pemerintah Hindia-Belanda memberikan fasilitas untuk memamerkan hasil-hasil industri dan menyediakan sarana promosi bagi perusahaan-perusahaan yang ingin mengenalkan produknya, mengingat semakin bertambahnya jumlah penduduk orang Eropa yang tinggal di Surabaya. Pertumbuhan penduduk Eropa di Jawa, terutama di Surabaya, yang telah menikmati pendapatan tinggi untuk berbelanja dan mengharapkan suatu gaya hidup perkotaan yang nyaman membuat Surabaya menjadi kota industri dengan daya beli penduduk yang tinggi.

Keberadaan orang Eropa, khususnya orang Belanda, di kota Surabaya adalah sebagai penjajah. Walaupun jumlah mereka lebih sedikit dibandingkan etnis yang lain, namun mereka lebih berkuasa. Mereka lah yang menentukan arah kebijakan politik, ekonomi, dan sosial kota Surabaya. Kota Surabaya pada waktu itu telah mencirikan sebagai kota kolonial, berisi masyarakat yang beraneka ragam, yaitu penjajah, para pendatang (imigran), serta penduduk asli (Bumiputra). Pada kedudukan semacam itu, orang-orang Belanda di kota Surabaya memposisikan diri sebagai subjek dari segala gerak perubahan di kota Surabaya.⁶

BERDIRINYA JAARMARKT

Pasar tahunan (*Jaarmarkt*) di Surabaya pertama kali diselenggarakan pada tanggal 21 Mei 1905 oleh seorang Kontrolir yang bernama J.E Jasper. Adanya politik etis membawa perubahan pada pekerjaan pemerintah tidak lagi terbatas pada urusan kebudayaan, melainkan bergerak dalam lapangan yang lebih luas. Tugas pemerintah hampir berpindah seluruhnya dari aparat pemerintah yang kurang berpendidikan modern dan kurang latihan dalam bekerja secara sistematis organisasional, ke aparat pemerintah Eropa yang lebih modern. Pemerintahan dalam negeri (*Binnenlands*

Bestuur), dipegang oleh Kontrolir.⁷ Hal tersebut juga berdampak pada pemerintahan Surabaya yang dipegang oleh seorang Kontrolir.

Konsep pasar tahunan pada setiap kota memiliki nama yang berbeda-beda. Penyelenggaraan acara ini berdekatan dengan hari ulang tahun Ratu Wilhelmina, yang lahir pada 31 Agustus 1880. Untuk memeriahkan ulang tahun Ratu, maka diselenggarakan acara tahunan secara beruntun di setiap kota besar di Hindia-Belanda. Bandung menyelenggarakan acara yang sejenis dengan *Jaarmarkt* dan dinamakan dengan *Jaarbeur*, diselenggarakan pada akhir Juni sampai awal Juli. Semarang menyelenggarakan pasar tahunan yang disebut dengan *Pasar Malem* mulai akhir Juli sampai awal Agustus, Batavia menyelenggarakan pasar Gambir pada akhir Agustus sampai awal September, dan Surabaya menyelenggarakan *Jaarmarkt* pada bulan September sampai awal Oktober.⁸ Di Surabaya, *Jaarmarkt* diselenggarakan pada musim kemarau, sehingga tidak ada hujan yang dapat mengganggu keberlangsungan acara tahunan tersebut.

Jaarmarkt Surabaya bisa dikatakan sebagai pelopor penyelenggaraan acara pameran yang sejenis di kota-kota lain. Kesuksesan penyelenggaraan *Jaarmarkt* di Surabaya oleh Jasper pada tahun 1905 diikuti di berbagai kota. Pada tahun 1906, diselenggarakan "*Peken Malem*" oleh Fort De Kock di Sumatera, pada bulan Agustus-September 1906 diselenggarakan Pasar Gambir oleh Mr.Pleyte di Batavia, Bondowoso juga menyelenggarakan pameran tahun 1909, Semarang menyelenggarakan acara sejenis juga tahun 1914 dan masih banyak tempat lainnya yang menyelenggarakan acara sejenis meskipun dengan nama yang berbeda-beda.⁹ Latar belakang pemerintah menjadikan Surabaya sebagai pelopor acara *Jaarmarkt* adalah karena Surabaya sudah menjadi kota yang terkenal di mata internasional dan merupakan kota pelabuhan, sehingga sangat mudah dalam berhubungan dengan luar negeri, sehingga acara *Jaarmarkt* diharapkan dapat dengan cepat dipromosikan ke negara-negara lain.

Penyelenggaraan pasar tahunan oleh pemerintah terinspirasi pameran yang diadakan negara Jerman. Jerman menyelenggarakan pameran untuk memamerkan hasil-hasil industri, kemudian pemerintah Hindia-Belanda mulai menyelenggarakan pasar tahunan bagi penduduk

⁴ Dick, H.W. 2002. *Surabaya City of Work: A Socioeconomic History, 1900-2000*. Athens: Ohio University Press, hlm. 195.

⁵ Dikut Imam, Widodo. 2002. *Soerabaia Tempoe Doeloe II*. Surabaya:Disparta, hlm.406

⁶ *Etnis di Surabaya*, <http://basundoro-fib.web.unair.ac.id/> diakses tanggal 12-14-2012, jam 23.10

⁷ Prajudi, Atmosudirdjo. 1983. *Sejarah Ekonomi Indonesia dari Segi Sosiologi sampai Akhir Abad XIX, Cetakan Keempat*. Jakarta: Pradnya Paramita, hlm. 228

⁸ Brill, E.J. 1921. *Encyclopedie van Nederlandsch Indie VI*. Leiden, hlm. 721

⁹ *De indische courant*, 28 Juli 1923, "*De Geschiedenis der Soerabaiasche Jaarmarkten*", hlm.1

lokal.¹⁰ Tujuannya adalah untuk mempromosikan industri-industri besar secara berkala di beberapa tempat, namun industri pribumi juga ingin ikut berpartisipasi dalam acara pameran. *Jaarmarkt* ingin mendapatkan pengunjung yang banyak dan ingin membangun hubungan pemasaran antara produsen dan konsumen, sehingga pemerintah memperbolehkan industri pribumi berpartisipasi.

Asosiasi resmi *Jaarmarkt* yang diberi nama S.J.V (*Soerabaiasche Jaarmarkt Vereeniging*) didirikan pada tahun 1908 oleh pemerintah Hindia-Belanda, namun baru mendapat status hukum dari pemerintah pada tahun 1910.¹¹ Selanjutnya penyelenggaraan *Jaarmarkt* dilaksanakan setiap tahun oleh kotamadya (*Gemeente*) Surabaya.

Pada awal terbentuknya *Jaarmarkt*, Mr. Jasper membuat panitia kecil untuk penyelenggaraan acara dan mendapatkan dana dari pemerintah sebesar f 3500. Dana ini kemudian digunakan untuk pembentukan kios-kios yang terbuat dari bambu dan ditutupi dengan atap rumbia. Beberapa panitia pesimis *Jaarmarkt* akan terselenggara dengan sukses dan modal sebesar f 3500 dapat kembali. Ternyata setelah hari pembukaan *Jaarmarkt*, ratusan orang berbondong-bondong untuk menyaksikan acara tersebut. Penjualan karcis masuk mendapatkan uang sebesar f 14.000 dan penjualan di restoran mendapatkan uang sebesar f 10.000. Dari hasil ini, uang pemerintah dapat dikembalikan dan masih mendapatkan keuntungan sebesar f 20.500. Keuntungan tersebut dipergunakan untuk mendirikan sekolah bagi anak-anak perempuan pribumi Surabaya yang bernama *Mardi Kenyo*.¹² Pada tahun-tahun berikutnya *Jaarmarkt* terus mengalami peningkatan dalam penghasilan. Setelah kesuksesan *Jaarmarkt* yang pertama, akhirnya disepakati untuk menyelenggarakan pameran industri pada tahun-tahun berikutnya.¹³

Penyelenggara *Jaarmarkt* di Surabaya, J.E.Jasper, membuat laporan secara lengkap tentang penyelenggaraan pasar tahunan dalam *Verslag Van Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja*. Dalam laporannya, J.E.Jasper mengemukakan secara rinci tentang acara apa saja yang ditampilkan di *Jaarmarkt*, komisi atau panitia acara, produk yang dipamerkan, jalannya acara pameran serta laporan pendapatan dan pengeluaran selama acara berlangsung. Laporan yang ditulis J.E Jasper inilah yang membawa kesuksesan bagi acara *Jaarmarkt*, sehingga setiap tahun acara dapat

dilaksanakan dan memperoleh pendapatan yang terus meningkat sepanjang tahun. Berikut adalah susunan komite utama penyelenggaraan *Jaarmarkt* yaitu:

Tabel.1

Komite Utama Penyelenggaraan *Jaarmarkt*

Presiden acara	Mens Fiers Smeding
Wakil Presiden	Mr.Ducloux
Sekretaris	Jasper
Bendahara	Van Vliet

Sumber: *Verslag Van De Vierde Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja Door J.E.Jasper*, hlm.9

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa komite utama penyelenggaraan *Jaarmarkt* dipegang oleh orang-orang Belanda. Orang-orang pribumi tidak dilibatkan dalam pemerintahan, meskipun ada mereka hanya menjadi pegawai rendahan.

Selain komite utama di atas, ada beberapa komite yang menaungi acara *Jaarmarkt* Surabaya, seperti komite pembangunan, komite kebersihan, komite hiburan, komite bagian dekorasi, dan komite tata ruang. Setiap komite bekerja menurut tugasnya masing-masing. Komite *Jaarmarkt* juga memberikan penilaian terhadap peserta yang kreatif dalam menata stan dan menampilkan produk industri yang menarik.

Jaarmarkt awalnya diselenggarakan dan dibiayai oleh pemerintah (*Gemeente*) Surabaya, namun seiring dengan perkembangannya, peserta yang ikut dalam pameran semakin banyak terutama diikuti oleh orang-orang Cina, sehingga pada penyelenggaraan pasar tahunan tidak hanya dibiayai oleh instansi pemerintah saja, namun pihak swasta juga ikut berpartisipasi. Pihak swasta mulai ikut membiayai penyelenggaraan *Jaarmarkt* sejak terjadinya Perang Dunia I tahun 1915. Terjadinya perang membuat pelaksanaan *Jaarmarkt* terhenti selama beberapa tahun, sehingga tahun 1918, pihak swasta terutama orang-orang Cina menghidupkan kembali acara *Jaarmarkt* tanpa bantuan modal dari pemerintah.¹⁴

HASIL-HASIL INDUSTRI DAN HIBURAN YANG DITAMPILKAN DALAM JAARMARKT

Pada penyelenggaraan *Jaarmarkt* terdiri dari dua bentuk stan, yaitu stan perdagangan dan stan hiburan. Stan-stan perdagangan terdiri dari berbagai pedagang yang memperjualbelikan produk-produk unggulan, misalnya barang-barang kerajinan, batik, lukisan, dan lain-lain. Guna menarik perhatian banyak pengunjung dari semua golongan, maka upaya panitia *Jaarmarkt* adalah memberikan sajian hiburan yang memadukan unsur budaya dari berbagai golongan baik golongan orang Eropa, timur asing, maupun pribumi.¹⁵

¹⁰ Brill, E.J. *Op.Cit.*, hlm. 722

¹¹ Faber, G.H. Von. *Op.Cit.*, hlm.257.

¹² *Ibid*

¹³ *De indische courant*, 28 Juli 1923, "De Geschiedenis der Soerabaiasche Jaarmarkten", hlm.1

¹⁴ Faber, G.H. Von. *Log.Cit.*

¹⁵ *Ibid.*, hlm.257-266

Secara umum, hiburan yang ditampilkan dalam *Jaarmarkt* terbagi menjadi dua, yaitu hiburan kesenian dari masyarakat pribumi yang terdiri dari pertunjukkan *Wayang, Ludruk, Reog, Dogel, Gandroeng, Barong, Keroncong, Paseran* (permainan judi tradisional), dan Karapan Sapi. Sedangkan hiburan yang ditampilkan orang Eropa terdiri dari pesta kembang api, dansa, musik, sulap, dan lain-lain.¹⁶

Jaarmarkt juga menampilkan pertunjukkan yang disukai anak-anak, seperti permainan Komidi Putar dan pertunjukkan “Tong Setan”. Pertunjukkan Tong Setan sebenarnya sangat menakutkan, tetapi banyak disukai anak-anak. Ada sebuah tong berukuran diameter 3-5 meter dan tinggi 7 meter. Para penonton berdiri di pinggiran atas tong itu dan melihat pemain akrobatik mengendarai sepeda motor dengan kecepatan tinggi dan berputar-putar di bagian dalam dinding tong dan tidak mungkin jatuh.¹⁷

Aneka macam permainan tersedia untuk anak-anak seperti *Draimolen, Redmolen*, dan lain-lain. Sedangkan untuk dewasa tersedia restoran yang menyajikan musik dan dansa yang letaknya di gedung utama, tepatnya di tengah-tengah lapangan yang dibangun secara permanen.

Pertandingan olahraga juga ditampilkan dalam acara *Jaarmarkt*. Pada saat itu yang sering diselenggarakan adalah pertandingan sepak bola. Pertandingan-pertandingan dilaksanakan pada sore hari. Adanya *Jaarmarkt* inilah yang membuat olahraga sepak bola menjadi terkenal di kalangan penduduk pribumi dan seiring dengan perkembangannya olahraga sepak bola dapat mempersatukan warga Surabaya lewat penggemar atau supporter sepak bola.

Kemajuan industri pribumi (industri kerajinan tangan) sudah muncul di nusantara sebelum kedatangan orang-orang Eropa. Orang-orang Jawa telah memperoleh pengakuan internasional untuk pekerjaan-pekerjaan yang berkaitan dengan logam, baik dalam pembuatan perunggu maupun besi. Gong dan keris Jawa bernilai sangat tinggi. Tukang pembuat senjata juga mempunyai keterampilan yang tinggi dalam mencetak meriam-meriam kuningan. Produsen lokal juga bangkit dengan batik Jawa yang terkenal.¹⁸ Jadi, tidak mengherankan jika industri pribumi tidak kalah dengan industri impor dalam mengikuti acara pameran.

Secara umum hasil-hasil kerajinan dari penduduk pribumi yang ditampilkan dalam acara *Jaarmarkt* antara lain, Gresik memamerkan hasil kerajinan tikar dan kuningan; Mojokerto mengirimkan wayang beserta dalangnya; Madura mengirimkan koleksi senjata, keris, sandal kulit, sabuk perut, dan selendang; Rembang mengirimkan batik, cerutu, tembikar, patung, dan relief candi Borobudur; Jawa tengah diwakili oleh bordir Djokdja, ukiran Jepara, batik Pekalongan dan lain sebagainya. Kampung Ampel menjadikan acara ini sebagai ajang pameran dalam menjalankan produksi, sehingga pengunjung dapat melihat bagaimana cara membuat songket.¹⁹

Kampung Pertukangan merupakan salah satu bentuk yang dipamerkan dalam *Jaarmarkt*. Kampung Pertukangan dibangun atas kerjasama antara pihak pribumi dengan pihak Eropa. Pihak pribumi terdiri dari orang Jawa dan Madura menampilkan kerajinan ukiran kayu dan onderdil interior khas Jawa dan Madura serta seni Batik, sedangkan pihak Eropa memamerkan seni pandai emas dan perak serta seni pandai senjata.²⁰ Stan Kampung Pertukangan merupakan stan yang sukses dalam penyelenggaraan *Jaarmarkt*, karena banyak mendapatkan kunjungan. Banyaknya kunjungan tidak terlepas dari keunikan penampilan dari stan ini. Masyarakat pribumi dan Eropa dapat bekerja sama menampilkan bentuk kesenian yang berbeda dalam satu tempat yang sama.

Instansi pemerintah yang mengikuti *Jaarmarkt* berasal dari departemen pertanian, budidaya buah, pelayanan publik dan kebersihan, perbaikan rumah, pengendalian malaria, penyediaan air bersih, dan lain-lain. Setiap stan dari pemerintah memberikan pengarahan dan mempresentasikan kepada masyarakat mengenai fungsi dari masing-masing departemen, misalnya departemen pengendalian malaria memberikan pengarahan tentang bahayanya penyakit malaria dan cara mencegah serta mengatasi penyakit ini, salah satunya adalah dengan menjaga kebersihan lingkungan.

Stan-stan dari pihak swasta biasanya diikuti oleh perusahaan-perusahaan besar seperti perusahaan auto dan barang-barang impor. Stan mobil impor dikenal masyarakat pribumi dengan sebutan “Kereta Setan”.²¹ Salah satu perusahaan yang berpartisipasi adalah *Berkhemer*. Stan mobil itu memamerkan dan menjual mobil-mobil impor dari Amerika, yaitu merk *Gray, Gardner, dan Chandler*. Masyarakat pribumi

¹⁶ Soeara Publiek, 29 September 1926, “*Jaarmarkt-Pasar Malem*”, no.222

¹⁷ Dukut Imam Widodo. *Op.Cit.*, hlm 319.

¹⁸ H.W. Dick. 1998. “Industrialisasi Abad ke-19: Sebuah Kesempatan yang Hilang,” dalam J. Thomas Lindblad (ed.), *Sejarah Ekonomi Modern Indonesia: Berbagai Tantangan Baru*, Jakarta: LP3ES, hlm. 178.

¹⁹ *Het nieuws van den dag voor nederlandsch indie*, 25 April 1905, “*Tentoonstelling te Soerabaia*”, hlm.1

²⁰ *Verslag Van de Derde Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja Door J.E Japer*

²¹ *Bataviaasch Nieuwsblad*, 29 September 1928

menyebutnya dengan “Kereta Setan” karena mobil mewah merupakan sesuatu yang masih asing bagi masyarakat pribumi.

Setiap bagian departemen, baik departemen milik pemerintah, swasta maupun milik perusahaan pribumi terdiri dari berbagai perseroan yang ditarik pajak oleh pemerintah sebesar 15% sampai 50% dari pendapatan.²² Stan penduduk pribumi ditarik pajak sewa lahan sebesar 15%, karena bentuk stan yang kecil, sedangkan perusahaan impor ditarik pajak hingga 50%. Penarikan pajak tertinggi biasanya dikenakan kepada stan perusahaan-perusahaan impor, karena stan perusahaan impor memakan tempat yang sangat luas dan barang-barang yang dipamerkan biasanya bernilai ekonomis tinggi. Penarikan pajak merupakan salah satu penghasilan pemerintah dari penyelenggaraan acara pameran selain penghasilan dari karcis masuk, pajak hiburan, dan dari hasil undian barang hadiah. Tidak berbeda dengan pajak sewa lahan, hiburan kesenian juga dikenakan pajak sebesar 15%.

Pengunjung *Jaarmarkt* Surabaya terdiri dari semua golongan, yaitu dari golongan Pribumi, Orang Tionghoa, Orang Timur Asing lain dan orang Eropa. Orang tua, dewasa hingga anak-anak juga tidak melewatkan acara ini. Namun, dalam acara *Jaarmarkt* ini terdapat diskriminasi sosial dalam praktiknya. Pengunjung acara pameran ini dibedakan menurut strata atau tingkatan sosial dalam masyarakat. Pada masa kolonial, kedudukan orang Eropa mendapat urutan nomor satu, kemudian orang asing yang terdiri dari orang Cina dan orang Arab menduduki posisi kedua, sedangkan penduduk pribumi menempati posisi terakhir. Tiket masuk untuk mengikuti pameran ini pun dibedakan menjadi dua yaitu untuk orang Eropa dan orang Timur Asing adalah f 0,50 dan orang Bumiputra adalah f 0,10.²³ Orang Eropa dan Timur Asing mendapatkan harga yang lebih tinggi daripada tingkatan kelas dibawahnya, karena orang Eropa dapat menikmati dan membayar mahal untuk hiburan yang mewah dibandingkan penduduk pribumi. Orang Eropa dan Timur Asing dapat menikmati stan-stan besar, restoran, *Bar*, lantai dansa dan pertunjukan kesenian. Harga karcis masuk untuk penduduk pribumi lebih murah, dikarenakan rendahnya pendapatan penduduk pribumi. Hal ini dapat dilihat dari jenis-jenis pekerjaan yang dilakukan penduduk pribumi waktu itu, misalnya tukang arloji, tukang mebel, tukang sepatu, tukang jahit. Selain itu penduduk pribumi sebagian besar bekerja sebagai buruh atau pekerja

pelabuhan.²⁴ Harga karcis yang lebih rendah juga membuat warga pribumi mendapatkan perlakuan yang berbeda dalam menikmati acara *Jaarmarkt*. Orang-orang Eropa dapat dengan leluasa makan di restoran ataupun sekedar duduk-duduk di *Bar* yang telah disediakan, sedangkan penduduk pribumi hanya bisa menikmati stan-stan besar, stan kecil, pertunjukan kesenian dan jajanan dari pedagang-pedagang kaki lima yang ada dalam pameran ini.

Pembagian kelas diatur sedemikian rupa untuk membedakan ras masyarakat penonton, yaitu antara golongan kaum penjajah dan golongan kaum yang dijajah. Dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan praktek diskriminasi ras tidak hanya terlihat dalam praktek kehidupan sehari-hari saja, melainkan dalam menonton *Jaarmarkt* ada suatu praktek diskriminasi. Perbedaan penampilan pakaian yang rapi, memakai sepatu, yang dikenakan oleh orang-orang Eropa pada saat menonton *Jaarmarkt* merupakan suatu bukti bahwa penduduk Eropa tidak mau disamakan dengan golongan masyarakat pribumi.

Aneka jajanan rakyat yang dijual pada penyelenggaraan *Jaarmarkt* bermacam-macam antara lain, Semanggi, Rujak Cingur, Lontong Kikil, Lontong Balap, Soto, Es Puter, Es Gandul Tali Merang, dan lain-lain. Penduduk Eropa mempunyai tempat jajanan sendiri dan yang pasti lebih mahal daripada makanan penduduk pribumi dan menempati stan-stan yang lebih mewah. Mereka dapat menikmati Es Syrup, Roti merk *De Korenschoof*, *Almerood* dan *Hellendoorn*.²⁵ Meskipun dalam penyelenggaraan *Jaarmarkt* terdapat diskriminasi sosial, namun setiap orang dapat menikmati meriahnya acara ini dengan suasana yang berbeda, walaupun di tempat yang sama. Suasana penuh kemewahan dan gaya barat untuk penduduk Eropa dan suasana tradisional namun meriah milik masyarakat pribumi Surabaya.

PENGELOLAAN JAARMARKT

Kotamadya (*Gemeente*) Surabaya menyediakan lahan khusus untuk penyediaan sarana dan prasarana. Untuk sarana perhubungan dibangun Ketabang *Boulevard* dan *Canalaan*. Di daerah Ketabang inilah kemudian disediakan tanah untuk kantor kotamadya (*Gemeente*), sekolah HBS, rumah walikota, rumah panglima angkatan laut dan *Jaarmarkt* (pasar tahunan).²⁶ Pada

²⁴ Faber, Von. 1931. *Oud Soerabaja, de Geschiedenis van Indie's Eerste Koopstad van de Oudste Tijden Tot de Instelling van Gemeenteraad (1906)*, hlm.185.

²⁵ Dukut Imam Widodo. *Op.Cit.*, hlm.319

²⁶ Handinoto. 1996. *Perkembangan Kota dan Arsitektur Kolonial Belanda di Surabaya 1870-1940*,

²² Faber, G.H. Von, *Op.Cit.*, hlm.260

²³ *Verslag Van de Vierde Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja Door J.E Japer*

perkembangan selanjutnya daerah ini menjadi daerah pusat kota. Setelah mendapatkan status hukum dari pemerintah, setiap tahunnya *Jaarmarkt* diselenggarakan di *Canalaan*, sekarang letaknya di Jalan Kusuma Bangsa, tepatnya di THR bersebelahan dengan *Tiong Hwa Veld* yang sekarang menjadi Taman Ria Surabaya.

Asosiasi *Jaarmarkt* yang bernama S.J.V (*Soerabaiasche Jaarmarkt Vereeniging*) terus mengembangkan pembaharuan-pembaharuan agar penyelenggaraan *Jaarmarkt* lebih menarik minat pengunjung, sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang besar. Misalnya saja, pemerintah mulai mengadakan undian berhadiah atau biasa disebut dengan *Lotere*²⁷ dan sebagai akibat dari diadakannya *Lotere* tersebut, peminat *Jaarmarkt* semakin banyak.

Pada masa pemerintahan kolonial Belanda, pemerintah sangat transparan dalam menunjukkan hasil pemasukan maupun pengeluaran selama acara *Jaarmarkt* berlangsung. Selama penyelenggaraan *Jaarmarkt*, setiap hari pemerintah menyiarkan laporan pendapatan dan juga jumlah pengunjung yang hadir pada media cetak atau surat kabar. Jadwal kegiatan harian juga disiarkan di surat kabar sehingga masyarakat dapat mengetahui secara detail susunan acara dan juga pendapatan penyelenggaraan acara *Jaarmarkt*, sehingga diharapkan tidak terjadi penyelewengan dana oleh pemerintah atau pihak-pihak tertentu.

Peranan pemerintah dalam mengorganisasikan kegiatan *Jaarmarkt* semakin dominan. Hal ini dapat dilihat bahwa pemerintah menetapkan jadwal penyelenggaraan *Jaarmarkt* biasanya antara September-Oktober, pemberian hadiah lomba, pemberian hadiah kepada peserta *Jaarmarkt* yang berprestasi, struktur kepanitiaan, upacara pembukaan dan penutupan *Jaarmarkt*. Pihak pengelola *Jaarmarkt* mempromosikan pameran dengan cara memasang iklan di koran-koran dan juga menggunakan reklame. Biasanya sebulan sebelum acara dimulai, iklan-iklan di koran mengenai acara *Jaarmarkt* sudah beredar. Melalui media promosi inilah, *Jaarmarkt* Surabaya dapat mempromosikan acaranya kepada luar negeri. Cara ini terbukti berhasil dengan bertambahnya jumlah stan keseluruhan yang disewakan.

Pemerintah Hindia-Belanda juga memberikan fasilitas lapangan yang luas, terletak di Ketabang Utara. Luas lapangan tersebut 87.000 m² dan berbentuk persegi panjang. Dua bagian permukaan menghadap kota seluas 66.000 m² dan sisanya sebesar 21.000 m² dipergunakan

untuk lapangan *Jaarmarkt*.²⁸ Sebelumnya tempat penyelenggaraan *Jaarmarkt* Surabaya berpindah-pindah karena luas lahan tidak mencukupi syarat untuk penyelenggaraan secara teratur.

Desain bangunan yang dibuat untuk acara *Jaarmarkt* adalah gaya *Ferent*. Gaya ini berbentuk seperti kapal. Desain tersebut sangat cocok untuk Surabaya karena Surabaya adalah tulang punggung perdagangan, yang paling didukung oleh industri perkapalan.²⁹ Posisi-posisi stan dalam acara pameran diatur sedemikian rupa, sehingga tata ruang pameran menjadi teratur, seperti wilayah persegi cocok untuk pameran mobil. Gedung komite terletak di tengah-tengah, diseberangnya ada lantai dansa. Di sisi panjang lapangan juga ditempatkan dua restoran. Pintu masuk utama dihiasi tiang-tiang yang tinggi dan diberi pencahayaan yang besar sehingga acara pasar tahunan ini terlihat megah dan mewah.

Bangunan-bangunan dalam lapangan *Jaarmarkt* hampir secara keseluruhan sifatnya tidak permanen, hal ini disebabkan tema pameran berubah setiap tahun kecuali bangunan yang terletak di tengah-tengah lapangan terbuat dari batu-bata atau tembok yang dipergunakan restoran untuk pengunjung dari golongan orang-orang Belanda dan sebagai lantai dansa. Tempat tersebut mengalami perubahan sedikit sekali pada permukaan gedung³⁰, karena jika mengalami perubahan tentunya akan menambah banyak pengeluaran pemerintah daerah (*Gemeente*) Surabaya. Sedangkan stan-stan milik penduduk pribumi merupakan stan-stan kecil yang setiap tahunnya berubah sesuai dengan tema pameran.

Pusat pertunjukan *Jaarmarkt* terletak di tengah-tengah lapangan yaitu di gedung utama yang menjulang tinggi dibandingkan bangunan yang mengelilinginya. Bangunan yang mengelilingi gedung utama berbentuk tenda-tenda kecil yang bergaya bangunan adat Minangkabau. Bangunan-bangunan bambu atau kayu berbagai bentuk dan model itu sangat menarik dan indah. Keindahan ini terutama bisa dinikmati pada malam hari, saat bangunan-bangunan itu, termasuk pintu gerbangnya yang monumental, disiram cahaya lampu menambah efek keindahan yang terpancar dari acara tahunan ini.

SIMPULAN

Industri yang maju di Surabaya, perilaku konsumtif yang meningkat dari masyarakat, serta adanya tuntutan untuk tersedianya sarana hiburan bagi masyarakat membuat

Surabaya : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Kristen Petra, hlm. 118-119.

²⁷ *Het Nieuws van den dag kleine courant*, 18 Juli 1911, "Een jaarmarkt-loterij".

²⁸ Faber, Von. *Op. Cit.*, hlm.257

²⁹ *De indische courant*, 15 Juni 1923, "de jaarmarkt", hlm.9

³⁰ Faber, Von., *Log. Cit.*

pemerintah Hindia-Belanda menyediakan sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sarana ini tersalurkan dengan adanya *Jaarmarkt*. Perhelatan *Jaarmarkt* dapat dikatakan sebagai perpaduan aktivitas ekonomi dengan adanya transaksi jual beli, interaksi sosial antara produsen dan konsumen, hiburan, dan penguatan identitas lokal dengan adanya pertunjukan dan hasil industri yang ditampilkan oleh penduduk pribumi.

SARAN / REKOMENDASI

Sistem manajemen yang baik dalam pengelolaan acara oleh pemerintah kolonial dapat membawa keuntungan yang besar bagi pemerintah. Adanya perpaduan antara pameran barang-barang industri dan seni pertunjukan dapat menarik banyak masa untuk berkumpul dalam satu tempat untuk menikmati kegiatan ekonomi dan sajian budaya. Acara yang sejenis dengan *Jaarmarkt* masih ada hingga sekarang, seperti adanya *expo* yang diselenggarakan di kota-kota besar, namun acara ini sebagian besar hanya menampilkan pameran industri saja dan kurang menonjolkan kesenian sebagai identitas budaya bangsa Indonesia. Pemerintahan masa kini, terutama pihak terkait yaitu Dinas Perdagangan dapat mencontoh model acara yang sejenis dengan *Jaarmarkt*, sehingga tidak hanya memamerkan kegiatan ekonomi saja tapi juga kegiatan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Verlag Van De Derde Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja Door J.E.Jasper*
- Verlag Van De Vierde Jaarmarkt-Tentoonstelling te Soerabaja Door J.E.Jasper*
- Bataviaasch Nieuwsblad*, 29 September 1928
- De Indische courant*, 15 Juni 1923
- De Indische courant*, 28 Juli 1923
- Het Nieuws van den dag kleine courant*, 18 Juli 1911
- Het nieuws van den dag voor Nederlandsch-Indie*, 25 April 1905
- Soera Publiek*, 29 September 1926
- Brill, E.J. 1921. *Encyclopedie van Nederlandsch Indie VI*. Leiden.
- Dick, H.W. 2002. *Surabaya City of Work: A Socioeconomic History, 1900-2000*. Athens: Ohio University Press.
- Dudung, Abdurahman. 1999. *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta: Logos wacana ilmu.
- Dukut Imam, Widodo. 2002. *Soerabaia Tempoe Doeloe II*. Surabaya:Disparta.
- Faber, G.H. Von. 1933. *Nieuw Soerabaia, De Geschiedenis Van Indie's voor naamste koopstad in de eerste kwarteeuw sedert hare installing 1906-1931*. Soerabaia: Gemeente Soerabaia.
- _____. 1931. *Oud Soerabaia, de Geschiedenis van Indie's Eerste Koopstad van de Oudste Tijden Tot de Instelling van Gemeenterad (1906)*. Soerabaia: Gemeente Soerabaia.
- Handinoto. 1996. *Perkembangan Kota dan Arsitektur Kolonial Belanda di Surabaya 1870-1940*. Surabaya : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Petra.
- Lindblad, J. Thomas. 1998. *Sejarah Ekonomi Modern Indonesia; Berbagai Tantangan Baru*. Jakarta : LP3ES.
- Prajudi, Atmosudirdjo. 1983. *Sejarah Ekonomi Indonesia dari Segi Sosiologi Sampai Akhir Abad XIX*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Takashi, Siraishi. 1997. *Zaman Bergerak: Radikalisme Rakyat di Jawa 1912-1926*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Etnis di Surabaya*, <http://basundoro-fib.web.unair.ac.id/> diakses tanggal 12-14-2012, jam 23.10
- Kumpulan koran mengenai penyelenggaraan Jaarmarkt tahun 1905-1930*, <http://kranten.kb.nl/>