

ABSTRAK

Destiany Nirmalasari: Aktivitas Ekonomi Bumiputra dalam Iklan Surat Kabar *Oetoesan Hindia* di Surabaya (1914-1918)

Meletusnya Perang Dunia I menghambat impor barang-barang Eropa ke Hindia Belanda sehingga mendorong peningkatan permintaan terhadap produk lokal dan membuka peluang usaha bagi pengusaha Bumiputra. Dalam konteks ini, surat kabar *Oetoesan Hindia* sebagai organ resmi Sarekat Islam pimpinan H.O.S. Tjokroaminoto menjalankan fungsi ganda, yakni sebagai corong perjuangan politik sekaligus ruang promosi usaha Bumiputra melalui kolom iklan (*advertentie*), sementara kajian mengenai representasi aktivitas ekonomi Bumiputra dalam surat kabar pergerakan pada periode tersebut masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum aktivitas ekonomi masyarakat Bumiputra pada awal abad XX, mengetahui peran dan fungsi surat kabar *Oetoesan Hindia* dalam mendukung dan memfasilitasi aktivitas ekonomi masyarakat Bumiputra di Surabaya pada periode 1914-1918, serta mengetahui representasi aktivitas ekonomi tersebut dalam iklan-iklan yang dimuat surat kabar ini. Penelitian menggunakan metode sejarah dengan pendekatan kualitatif melalui tahapan heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Sumber primer berupa edisi *Oetoesan Hindia* tahun 1914-1918 yang diperoleh dari Arsip Nasional Republik Indonesia dianalisis menggunakan teori ekonomi politik media dari Mosco. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Oetoesan Hindia* tidak hanya berfungsi sebagai corong politik Sarekat Islam, tetapi juga sebagai infrastruktur ekonomi bagi komunitas Bumiputra. Teridentifikasi tujuh kategori usaha utama, yaitu tekstil dan batik, obat-obatan tradisional, perdagangan umum, jasa profesional, perhotelan dan transportasi, perbankan dan asuransi, serta hiburan modern, yang disertai penerapan strategi pemasaran modern seperti sistem *rembours* (bayar di tempat), garansi produk, dan obral terbatas waktu. Penelitian ini mengisi celah historiografis dengan menghadirkan dimensi ekonomi rakyat yang selama ini terabaikan dalam kajian Sarekat Islam.

Kata Kunci: Bumiputra, Iklan, *Oetoesan Hindia*.

ABSTRACT

Destiany Nirmalasari: *Bumiputra Business Trade in the Advertisements of Oetoesan Hindia Newspaper in Surabaya (1914-1918)*

The outbreak of World War I disrupted the import of European goods into the Dutch East Indies, thereby increasing demand for local products and opening economic opportunities for Bumiputra entrepreneurs. Within this context, *Oetoesan Hindia*, the official organ of Sarekat Islam under the leadership of H.O.S. Tjokroaminoto, served a dual function as both a vehicle for political struggle and a promotional space for Bumiputra businesses through its advertisement column (*advertentie*), while studies examining the representation of Bumiputra economic activity in movement-era newspapers of that period remain very limited. This study aimed to describe the general condition of Bumiputra economic activity in the early twentieth century, to identify the role and function of *Oetoesan Hindia* in supporting and facilitating Bumiputra economic activity in Surabaya during 1914-1918, and to examine how such economic activity was represented in the newspaper's advertisements. The study employed a historical method with a qualitative approach, comprising the stages of heuristics, source criticism, interpretation, and historiography. Primary sources consisted of *Oetoesan Hindia* editions from 1914-1918 obtained from the National Archives of the Republic of Indonesia, analyzed using the political economy of media theory developed by Mosco. The findings show that *Oetoesan Hindia* functioned not merely as a political mouthpiece of Sarekat Islam but also as vital economic infrastructure for the Bumiputra community. Seven main categories of enterprise were identified, namely textiles and batik, traditional medicine, general trade, professional services, hospitality and transportation, banking and insurance, and modern entertainment, supported by modern marketing strategies such as the *rembours* (cash-on-delivery) payment system, product guarantees, and time-limited sales. This research fills a historiographical gap by foregrounding the dimension of people's economic history that has long been overlooked in studies of Sarekat Islam.

Keywords: Bumiputra, Advertisement, *Oetoesan Hindia*.

ملخص

ديستياني نيرمالاساري: أنشطة إقتصاد بوميفوترا في إعلانات جريدة أوتوسان هينديا بسورابايا (١٩١٤-١٩١٨م)

أدى اندلاع الحرب العالمية الأولى إلى عرقلة استيراد السلع الأوروبية إلى جزر الهند الشرقية الهولندية، مما أسهم في زيادة الطلب على المنتجات المحلية، وفتح أفقاً جديدةً أمام رجال الأعمال من أبناء البلاد (البوميفوترا) وفي هذا السياق، اضطلعت صحيفة «أوتوسان هينديا» بوصفها الناطق الرسمي باسم جمعية شركة الإسلام بوظيفتين متكاملتين؛ إذ كانت منبراً (H.O.S. Tjokroaminoto) بقيادة ه. أو. س. تشوكروأمينوتو للنضال السياسي، وفي الوقت نفسه فضاءً للترويج للمشروعات الاقتصادية الخاصة بالبوميفوترا من خلال باب الإعلانات التجارية. ومع ذلك، لا تزال الدراسات المتعلقة بتمثيل الأنشطة الاقتصادية للبوميفوترا في صحف الحركة الوطنية خلال تلك الفترة محدودة للغاية. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة العامة للأنشطة الاقتصادية لمجتمع البوميفوترا في مطلع القرن العشرين، والكشف عن دور صحيفة أوتوسان هينديا ووظيفتها في دعم الأنشطة الاقتصادية للبوميفوترا وتيسيرها في مدينة سورابايا خلال الفترة ما بين عامي 1914-1918. كذلك عن بيان الكيفية التي مُثِّلت بها تلك الأنشطة الاقتصادية في الإعلانات المنشورة في هذه الصحيفة، واعتمدت الدراسة المنهج التاريخي ذا المقاربة النوعية، من خلال مراحل الاستدلال التاريخي (الهيوريستيك) ونقد المصادر، والتفسير، ثم الكتابة التاريخية (الهستوريغرافيا). وتمثلت المصادر الأولية في أعداد صحيفة أوتوسان هينديا الصادرة خلال الأعوام 1914-1918، والمحفوظة في الأرشيف الوطني لجمهورية إندونيسيا، وقد جرى تحليلها بالاستناد إلى نظرية الاقتصاد السياسي للإعلام كما صاغها كلٌّ من موسكو وأظهرت نتائج الدراسة أن صحيفة أوتوسان هينديا لم تكن مجرد لسان حالٍ سياسيٍ لجمعية (Mosco) شركة الإسلام، بل أدَّت كذلك دور البنية التحتية الاقتصادية لمجتمع البوميفوترا. كما كشفت الدراسة عن سبع فئات رئيسة من الأنشطة الاقتصادية، هي: صناعة المنسوجات والباتيك، والأدوية التقليدية، والتجارة العامة والخدمات المهنية، والفندقة والنقل، والخدمات المصرفية والتأمين، ووسائل الترفيه الحديثة. كما تبيَّن اعتمادُ (Rembours) هذه الأنشطة على استراتيجيات تسويقية حديثة، من بينها نظام الدفع عند الاستلام وضمان جودة المنتجات، والعروض الترويجية المحددة بمدة زمنية. وتسهم هذه الدراسة في سدِّ فجوةٍ في الكتابة التاريخية، من خلال إبراز البعد الاقتصادي الشعبي الذي ظلَّ مهملاً في الدراسات السابقة المتعلقة بجمعية شركة الإسلام.

الكلمات المفتاحية: البوميفوترا، الإعلانات، أوتوسان هينديا