
PEMBENTUKAN CITRA JEPANG DALAM
MASYARAKAT INDONESIA
DI MASA KOLONIAL BELANDA (1900 – 1942)
MELALUI PRODUK DAN KOMODITAS JEPANG:
STUDI KASUS PIL MORISHITA JINTAN

Meta Sekar Puji Astuti

Departemen Sastra Jepang, Universitas Hasanuddin

Abstrak

Tulisan ini mengeksplorasi sejarah ekspansi barang dan bisnis orang Jepang di Jawa sebelum perang, dengan fokus terhadap perusahaan manufaktur yang didirikan oleh perusahaan Morishita Hirosho pada tahun 1893. Penelitian ini menjelaskan latar belakang persepsi masyarakat Hindia Belanda dan citra Jepang (melalui komoditas Jepang).

Kajian ini menunjukkan bahwa salah satu obat berbentuk bulat, dengan nama pil jintan (Jintan (仁丹) yang diproduksi oleh perusahaan Morishita Jintan sangat populer di masyarakat Hindia. Lebih lanjut, produk Jintan juga berpengaruh dan memberi dampak terhadap pembentukan imaji mengenai orang Jepang dalam masyarakat Hindia. Hal ini ditunjukkan dengan mengeksplorasi pertanyaan mengenai bagaimana komoditas/ produk Jepang mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam sejarah Indonesia.

Tulisan ini utamanya berfokus pada para pedagang dan kegiatan dagang yang dilakukan di Hindia kolonial pada periode sebelum perang. Tulisan ini juga mendiskusikan aktifitas perdagangan dalam masyarakat Jepang, terutama periode sebelum perang di Hindia Belanda. Lebih jauh tulisan ini menyelidiki bagaimana orang Jepang dan produk-produk Jepang mempengaruhi masyarakat Hindia Belanda, dengan mengeksplorasi barang-barang apa yang dibawa dan dijual kepada masyarakat Hindia Belanda pada periode-periode awal.

Oleh karena itu, sejarah yang selalu diwarnai oleh dua fenomena yang berlawanan yaitu perubahan dan kontinuitas akan selalu berjalan bersamaan. Lewat tulisan ini, ditunjukkan dan dianalisa bahwa timbul dan tenggelamnya hubungan politik dan ekonomi antara Jepang dan Indonesia telah terjadi sebelumnya.

Kata Kunci: Komoditi Jepang, Imaji tentang Jepang, Ekspansi bisnis Jepang, Perusahaan Morishita Jintan, Pil Jintan, Merek dagang Jintan, Hindia Belanda sebelum perang, *Ekspansi Jepang, Komunitas Jepang.*

Abstract

This research describes the history of Japanese commodities and business expansions in prewar Java with a focus on the Morishita Jintan Company (森下仁丹株式会社), a pharmaceutical manufacturing company established by Morishita Hiroshi in 1893. This research explores the roots of colonial Indonesian perceptions and an imagery of Japan (through Japanese commodities).

This study shows that, a patent medicine with round-shaped pill, namely Jintan pills (Jintan (仁丹), produced by Morishita Jintan Company was very popular among Indonesian society. Furthermore, this product also gave an influence and an impact on the formation of Japanese (or) Japan imagery which recognized by Indonesian society. It will be done by exploring the question on how Japanese commodities/products influenced the lives of the community in Indonesian history.

This study primarily focuses on the Japanese traders and merchants who went to colonial Indonesia during the prewar period. The study also discusses the trade activities in the Japanese community, in general, during prewar colonial Indonesia. The further attempt of this study is to examine how the Japanese people and goods influenced colonial Indonesians by exploring what the Japanese merchants brought and sold to colonial Indonesian citizens in the early days.

Thus, the history, which is always colored by two phenomenons which are opposites but will continuously walk side by side: change and continuity. Through this study, a rise and fall in relations between Japan and Indonesia politically and economically had previously occurred, was analyzed.

Keywords: Japanese commodities, Japanese Imagery, Japanese business expansion, Morishita Jintan Company, Jintan Pills, Jintan Trademark, prewar colonial Indonesia, Japanese Expansion, Japanese Community.

PENDAHULUAN

Bagaimana hubungan antara komoditas Jepang yang dipasarkan di masa kolonial Indonesia (Hindia Belanda) dengan pembentukan citra Jepang dan bangsa Jepang di masyarakat Indonesia. Tulisan ini menggunakan studi kasus pil Jintan (produksi Morishita Jintan) yang menggunakan logo/merek dagang dan iklan-iklannya sebagai sarana promosi dan iklan yang kemudian menjadi satu bagian dari memori kolektif bangsa Indonesia tentang Jepang. Memori kolektif yang berkaitan dengan Jintan ini seringkali diasosiasikan dengan Jepang/bangsa Jepang ini masih terasa dampaknya hingga pasca perang, terutama zaman Orde Baru. Bahkan hingga sekarang ini.

Salah satu tujuan dari tulisan ini, diharapkan dapat menjadi bagian dari titik awal dari penelitian untuk menelaah pola dan gaya hidup masyarakat Indonesia di masa kolonial. Sekaligus menjelaskan bagaimana produk-produk Jepang memberikan pengaruh terhadap pola gaya hidup masyarakat Indonesia yang sedang mengalami masa transformasi ke gaya hidup modern di awal abad dua puluh.

Kajian sejarah yang fokus terhadap komoditas Jepang yang dipasarkan di masyarakat Hindia Belanda serta dampaknya terhadap kehidupan penduduknya masih sangat jarang. Oleh karena itu, selain untuk melengkapi studi migrasi penduduk Jepang di masa kolonial Indonesia, yang telah banyak diteliti oleh sejarawan, maka satu tujuan penting lain dari studi ini adalah untuk mengamati gaya hidup masyarakat Indonesia di awal zaman modern di awal abad ke dua puluh. Dalam tulisan ini menunjukkan bahwa antara tahun 1900-1940-an, di dalam gaya hidup masyarakat Indonesia banyak dipengaruhi oleh pemasaran produk Jepang (Murai, 1982, Astuti, 2017).

Murai (1982) percaya bahwa masyarakat Indonesia telah “terekspos” oleh produk Jepang sejak masa pra perang (sebelum 1942). Menurut Murai, es lilin, termasuk lagu es lilin yang menjadi lagu daerah Sunda, adalah salah satu dari contoh produk Jepang yang mengalami adaptasi (lihat juga Astuti, 2017). Menurut keterangan mantan karyawan toko Chiyoda, *Bandunges Lilin* (yang di Jepang dikenal *ice candy*) merupakan inovasi produk toko Chiyoda, salah satu toko Jepang¹ yang ternama di masa itu (Murai, 1982, pp. 10-11). Beberapa komoditas Jepang seperti sepeda, kain katun dan kain mori, payung, becak,² obat nyamuk bakar, MSG dan lain-lain, adalah produk impor Jepang yang sangat dikenal oleh masyarakat Hindia Belanda (baca: Indonesia) dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia pada saat itu (Astuti, 2017).³

Sementara itu, studi khusus mengenai Jintan di Indonesia belum banyak dilakukan. Beberapa studi Jintan cenderung mendiskusikan peran Jintan di Jepang dan sangat jarang yang menyebutkan ekspansi Jintan di wilayah lain, terutama di Hindia Belanda (Lihat karya Machida, 1997; Takehara & Yamada, 1997; Yao, et. al. 2008; dan Yamamoto, 1986). Studi Jintan lainnya telah dilakukan Burns (2008), Cochran (2006), and Lee (2015), dan Yao (2008). Lee (2015 dan Yao (2008) menyebutkan peran Jintan di China. Tetapi keempat studi tersebut sama sekali tidak mengekspos sejarah dan ekspansi Jintan di Asia Tenggara, terutama Hindia Belanda.

PERMULAAN ARUS KOMODITAS JEPANG DI HINDIA BELANDA

Sebelum membahas Jintan dan citra Jepang lebih lanjut, perlu dibahas secara umum bagaimana latar belakang dan sejarah masuknya komoditas Jepang di Hindia Belanda. Komoditas Jepang secara terbatas telah diperdagangkan di Nusantara sejak zaman Edo (1603-1868) (Astuti, 2017). Tetapi secara umum, diketahui bahwa jumlah perdagangan komoditas Jepang naik secara signifikan setelah diperdagangkan oleh komunitas dagang Jepang yang mulai berdatangan sebagai imigran. Kedatangan mereka dipicu sejak dihapuskannya

kebijakan isolasi negara (*sakoku*) di zaman Meiji (1868-1912). Penghapusan kebijakan *sakoku* ini mengakibatkan jalur kapal Jepang diperbolehkan kembali untuk berlayar ke seluruh dunia, termasuk Hindia Belanda. Melalui iklan, produk Jepang ini diketahui dijual umum sejak awal tahun 1800-an (Astuti, 2017).

Setelah 1908, Kementerian Luar Negeri Jepang mencatat 10 macam penduduk yang melakukan migrasi, yaitu *imin*(移民) dan *hi-imin*(非移民) (Astuti, 2017 p. 24, lihat juga Sawada, 1996, p. 44, Machimura, 2003, p. 148). Para imigran Jepang di Hindia Belanda ini kebanyakan berprofesi dan berhubungan dengan aktivitas perdagangan.

Kelompok komunitas Jepang pertama yang menjadi migran di Asia Tenggara adalah kelompok *karayuki-san*⁴ dan sebagian laki-laki pendamping. Para lelaki ini pada umumnya menjadi geromo atau profesi yang membantu profesi *karayuki-san*, seperti penarik kendaraan/becak, pemangkas rambut, fotografer, dokter gigi, pemijat, penjual tekstil, dokter, penjual perhiasan, pemilik restoran atau bar, dan lain sebagainya (Yano, 1975). Pada umumnya setelah berjuang keras menjadi pedagang keliling selama bertahun-tahun, mereka kemudian membuka toko Jepang yang bisa ditemui di seluruh Hindia Belanda (Shimizu, 1991).

Ketika pecah Perang Dunia I (PD I), antara 1914-1918 memicu jumlah peningkatan penduduk imigran Jepang. Hal ini disebabkan, pecahnya PD I yang berdampak pada tertutupnya jalur kapal dari Eropa yang menuju dan ke Hindia Belanda. Pertumbuhan arus komoditas ini juga meningkatkan jumlah penduduk Jepang secara signifikan.

Mengenai penduduk migran Jepang ini, Locher-Scholten (1990) menggambarannya sebagai berikut:

In 1899, the Japanese Population in NEI counted 500 persons, but increasing steadily, reaching a number of 4000 in 1918 and 7000 in 1930. In That year, the Japanese, together with Germans, were the largest non-Dutch group among the Europeans, 3% of a total of 240. 417 (see above table). Even if their number was only 0.005% of the total of Indonesian population of 60 million, a quickly expanding and introverted Japanese community were taken account (Locher-Scholten, 1990, p. 45).

Sejarah mengenai komunitas dagang Jepang ini berhenti secara mendadak. Setelah ada rekomendasi dan perintah secara diam-diam oleh pemerintah Jepang melalui kementerian luar negeri Jepang dan konsulat-konsulat Jepang, penduduk Jepang kemudian menghilang dari Hindia Belanda. Untuk kepulangan ini, pemerintah Jepang menyediakan kapal-kapal yang dikirimkan. Akibatnya, hampir semuanya menjadi repatriasi dan kembali ke Jepang. Mengenai repatriasi komunitas orang-orang Jepang ini dibahas dalam karya Kurawata (2017). Dengan demikian, nampak jelas bahwa masyarakat pedagang Jepang menjadi aktor utama di balik pemasaran produk/komoditas Jepang di Hindia Belanda.

MENGAPA PIL JINTAN?

Mengapa (pil) Jintan?⁵ Jintan adalah produk kesehatan/obat-obatan pabrikan Jepang, yang bisa dikatakan paling terkenal di dalam masyarakat Hindia Belanda. Sebenarnya, di Hindia Belanda, pedagang Jepang juga memasarkan berbagai macam produk obat-obatan Jepang.

Jintan adalah obat-obatan produksi pabrik yang menggabungkan konsep tradisional (dari bahan-bahannya) dan modernitas dari sisi strategi pemasaran dan produksinya. Jintan termasuk kategori obat-obatan rakyat tradisional (dalam bahasa Inggris sering juga disebut *patent medicine* dan dalam bahasa Jepang disebut sebagai *baiyaku* (売薬))⁶. Termasuk di antaranya, merek-merek terkenal seperti misalnya *Inochi no Haha* (produk Sasaoka

Chemical Works), *Chujoto* (produk Tsumura Juntendo), *Senkintan* (Akasawa Company), *Shinyaku*, *Ken Nougan* (Ogawa, 1937; 1941).⁷

Menurut catatan Clement (1907) dan Royds (1907) merek obat-obatan tersebut kesemuanya termasuk dari kategori *patent medicine/baiyaku* (Astuti, 2017). Penelitian ini menunjukkan dari sekian merek *baiyaku* tersebut, Jintan merupakan produk yang paling populer dan paling mudah dikenali oleh masyarakat Indonesia. Hal ini tidak disebabkan oleh kemanjuran dan bahan Jintan,⁸ tetapi karena keberhasilan promosi dan visualisasi iklan-iklan yang sangat menonjol. Selain itu proses pencitraan produk ini yang sangat berhasil (Astuti, 2017, lihat juga Astuti, 2011).

Djintan Company (nama perusahaan Morishita Jintan di Hindia Belanda) melaporkan bahwa telah melakukan promosi secara besar-besaran produk Jintan. Beberapa caranya adalah cara tidak biasa dan cenderung sensasional. Salah satunya, misalnya dengan memasang papan raksasa dengan tulisan singkatan DJINTAN (satu papan satu huruf) di berbagai jalur-jalur kereta di wilayah Jawa, misalnya di Bandung (Astuti, 2017, Morishita Jintan Company, 1974 pp. 58-59).

Djintan Company juga melakukan strategi promosi dengan memasang iklan Jintan di media cetak. Surat kabar berbahasa Melayu, seperti *Kaoem Moeda*, *Hindia Moeda*, dan *Medan Rakjat* banyak memuat iklan Jintan dengan mendesain iklan-iklan tersebut dengan konsep lokalisasi dan “pribumisasi”. Cara-cara ini dianggap cukup efektif serta membuat Jintan muda dikenali di mana-mana (Astuti, 2017). Namun dari sekian surat kabar, *Kaoem Moeda* merupakan satu surat kabar yang banyak memuat iklan Jintan (Kaoem Moeda, 1915-1920 dan Astuti, 2017).⁹

Catatan-catatan, memoar atau tulisan tokoh-tokoh besar Indonesia, misalnya seperti yang terungkap dalam biografi Margono Djojohadikusumo, tulisan marxisme Tan Malaka, dan atau catatan religius dari biografi Saifuddin Zuhri menunjukkan memori kolektif akan Jintan mengakar kuat dalam ingatan mereka. Bahkan, salah satu sastrawan ternama Indonesia, Achdiat Karta Mihardja (1911–2010) memiliki kesan khusus tentang Jintan. Achdiat terkesan menginterpretasikan dan merefleksikan Jintan sebagai tokoh yang culas dan suka memanipulasi.

JINTAN: PEMBENTUKAN CITRA JEPANG DAN MEMORI KOLEKTIF BANGSA INDONESIA

Akronim (D)JINTAN dan Mitos Ramalan Joyoboyo

Oleh sebagian masyarakat Indonesia, Jintan sangat dikenal merupakan singkatan dari *Jenderal Jepang ini Nanti Akan Tolong Anak Negeri*. Tidak jelas sejak kapan singkatan ini muncul dalam masyarakat Indonesia. Tetapi besar kemungkinan singkatan ini muncul secara spontan dalam masyarakat Indonesia dan bukan dirancang khusus oleh perusahaan Morishita Jintan. Hal ini dipertegas oleh sebuah artikel dalam bahasa Belanda yang menuliskan hal tersebut (Astuti, 2017). Margono Djojohadikusumo (1964) juga menegaskan hal tersebut.

Margono (1964) percaya bahwa berbagai akronim/singkatan tentang JINTAN muncul spontan, menyimbolkan kreativitas dari masyarakat Hindia Belanda dalam menghadapi dinamika perubahan politik yang sedang berlangsung. Selain itu, hal ini juga merefleksikan aspirasi masyarakat pribumi akan gerakan anti kolonial Belanda. Margono juga percaya bahwa singkatan itu juga mirip dengan akronim yang muncul spontan seperti Usdek (Undang-Undang Dasar 1945, Sosialisme Indonesia, Demokrasi Terpimpin, Ekonomi Terpimpin dan Kepribadian Bangsa), Manipol (Manifesto Politik), Ganefo (The Games of The New Emerging Forces), and Nekolim (Neokolonialisme-Imperialisme).¹⁰

Di lain pihak, melalui strategi promosi yang masif, menyeluruh, agresif sekaligus desain iklan sensasional yang telah dilakukan sejak pertengahan 1910-an, visual *image* menjadi mengakar dalam alam pikiran masyarakat di Hindia Belanda. Setidaknya ada 13 macam jenis akronim dari “DJINTAN” yang diketahui oleh masyarakat telah ditemukan dalam studi ini (Astuti, 2017). Meski yang paling dikenal adalah (D)*Jenderal Jepang Ini Akan Tolong Anak Negeri*. Munculnya mitos Jintan disertai oleh mitos tentang Jepang. Hal ini dipertegas karena M.H. Thamrin dalam pidatonya di depan dewan Rakyat mengaitkannya dengan ramalan Joyoboyo. Hal ini akan disinggung di bagian berikutnya.

M. H. Thamrin dan Jintan

M.H. Thamrin merupakan salah satu tokoh dan aktor penting yang mempopulerkan mengenai kontroversi Jintan beserta akronimnya. *Folk joke* mengenai singkatan Jintan di awal tahun 1930-an semakin dikenal masyarakat karena dipicu pernyataan M.H. Thamrin, nasionalis terkemuka Indonesia saat itu. Dengan cerdas, ia menggunakan *folk joke* JINTAN yang telah berkembang dalam masyarakat. Ia menganalogikan (D)JINTAN (sebagai akronim dari Djenderal Japan ini Nanti tolong anak Negeri) sebagai simbolisasi peran (bantuan) Jepang dan penduduk Jepang kepada kaum pribumi di Hindia Belanda. Sindiran halus M.H. Thamrin ini ditujukan kepada pemerintahan kolonial Belanda di depan rapat Dewan Rakyat (*Volksraad*) pada tanggal 13 Juli 1934.¹¹

Di pertemuan Dewan Rakyat itu, M.H. Thamrin berpidato panjang lebar selama berjam-jam. Ia memulai pidatonya dengan membanjirnya produk Jepang di Hindia Belanda sebagai sebuah hikmah, sekaligus keuntungan dan sekaligus juga bumerang bagi kaum pribumi. Menurutnya lagi, arus masuk produk Jepang ini merupakan pintu masuk bagi ekonomi dan kemenangan Jepang di masa mendatang. Dalam jangka dua dekade, toko-toko Jepang (yang berdiri sejak 1910-an) telah berkembang sedemikian pesat. Keberhasilan ini sangat mengesankan, terutama penyediaan akan barang-barang yang murah.¹² Tetapi yang lebih penting lagi, menurut catatan M.H. Thamrin, pelayanan toko Jepang kepada kaum pribumi yang tidak menampakkan aroganisme dan rasialisme (Handelingen Volksraad, 1934-1935, p. 173, Hering, 2003, p. 248 see also from the perspective of Margono, 1973, p. 167).

Propaganda yang dijalankan oleh Jepang itu ialah membawa papan reklame yang bermerek Jintan. Dalam reklame itu yang dituliskan sebuah Jenderal Jepang dan di bawahnya ditulis dengan huruf yang besar-besar: JINTAN. Dengan sebentar waktu saja nama yang baru ini menjadi buah tutur anak negeri dan dari huruf-huruf kata itu, diartikan kata ini: DJ (Djenderal) I (Ini) N (Nanti) T (Tulung) A (Anak) N (Negeri). Beberapa orang yang jenaka menukarkan perkataan “Tulung” dengan “Tangkap” (*Handelingen Volksraad*, 1934-1935, p. 173, Gonggong, 1992, p. 59, Abeyesekare 1976, p. 81). Thamrin juga menyambungannya dengan kepercayaan kuat orang Jawa akan ramalan Joyoboyo yang dia sitir dari tulisan Raden Nitipraja yang diterbitkan di *Het Tijdschrift* pada tanggal 1 Mei 1912.¹³

Interpretasi dari pidato M.H. Thamrin mengenai “kisah Jintan” menunjukkan pesan kepada pemerintah kolonial untuk mulai menyadari “kekuatan” Jepang. Jepang yang berhasil melakukan penetrasi ekonomi, khususnya melalui pemasaran produk-produk murah, secara damai di Hindia Belanda. Menurutnya lagi, keberhasilan penetrasi produk ini adalah salah satu jalan Jepang sebagai bagian dari strategi membebaskan “negera Jawa” seperti yang disebutkan dalam ramalan Joyoboyo.

Faktanya, hubungan M.H. Thamrin dengan Jepang tidak hanya terlihat dari pidato-pidatonya saja. Ia juga menjalin hubungan baik dengan beberapa tokoh Jepang di Hindia

Belanda (Hering, 2003, pp. 357-358, lihat juga Astuti, 2017). Pada tanggal 9 November 1940 M.H. Thamrin kembali menyebut-nyebut Jintan di depan rapat Dewan Rakyat, dengan kritik yang lebih tajam terhadap pemerintah kolonial Belanda.

Kritik-kritik kerasnya terhadap pemerintah kolonial Belanda sekaligus hubungan eratnya dengan pihak Jepang mengakibatkan ia ditangkap dan dipersonagratakan dan besar kemungkinan ia dianggap sebagai “mata-mata” Jepang oleh pemerintah kolonial Belanda. Di kemudian hari, pidato kontroversialnya menjadi sumber polemik dalam publik dan ditulis di berbagai media di Hindia Belanda.

Pada tanggal 6 Januari 1941, M.H. Thamrin ditangkap oleh pemerintah kolonial dan menjadi tahanan rumah. Saat itu ia tengah menderita sakit. Pada saat penahanan itu kemudian ia meninggal lima hari kemudian. Ia dimakamkan di pemakaman Karet Bivak, Jakarta Pusat. Beberapa sejarawan seperti Hering (1996) dan Gonggong (1992), melihat kematian ini tidak wajar.

MITOS JINTAN DAN PEMBENTUKAN CITRA JEPANG: HANYALAH SEBUAH FANTASI?

Memori Kolektif

Memori kolektif masyarakat Indonesia tentang Jintan (dan akronimnya) setidaknya tercatat dalam 14 karya tulis. Ke empat belas dari karya tulis tersebut adalah *Volksraad Handelingen*, memoar, penulisan sejarah, hingga satu karya fiksi Achdiat Kartamihardja (Bekas Wartawan Sudirun). Selebihnya, merupakan buku yang menuliskan biografi M.H. Thamrin, yang entah mengapa banyak mengacu pada DJINTAN dan singkatannya. Padahal, tujuan M.H. Thamrin sendiri mengangkat isu pergerakan perlawanan terhadap Belanda dan mengajak masyarakat Indonesia untuk “berpaling” ke pihak Jepang.

Keseluruhan karya tulis tentang Jintan tersebut cenderung menghubungkan Jintan dengan penggambaran/*image* atau citra Jepang. Meski tidak semuanya mencitrakan Jepang secara negatif, misalnya dalam pemikiran M.H. Thamrin yang tercatat di *Volksraad Handelingen* (notulen pertemuan Volksraad/Dewan Rakyat) atau karya Margono Djojohadikusumo. Tetapi, tulisan-tulisan yang ditulis pada masa pasca perang, pada umumnya merujuk pada kesan negatif dan mengacu kepada “ternyata Jepang telah memata-matai Indonesia” sejak zaman Hindia Belanda. Atau mengacu kepada “kelicikan” militerisme Jepang tanpa melihat kenyataan bahwa Jintan hanyalah sebuah logo dan merek dagang dari pil Jintan produksi perusahaan Morishita Jintan.

Penulis dari karya tulis yang disebutkan di atas pada umumnya adalah tokoh militer penting Indonesia, seperti Jenderal Besar A.H. Nasution, Brig. Jend. Purn. Barlan Setiadijaya, Jenderal (Purn.) Makmun Murod (KASTAF AD), Brigjend. (Purn.) Asnawi Mangku Alam, dan lain-lainnya. Dari kelompok Penulis sipil merupakan beberapa tokoh penting Indonesia seperti Margono Djojohadikusumo, (pendiri bank BNI 46), pemuka agama seperti Ahmad Dahlan (pendiri Muhamaddiyah), Saifuddin Zuhri (mantan menteri agama di zaman Orde Lama), jurnalis Sjarif Amien, akademisi, politikus dan beberapanya duta besar (diplomat), seperti Manai Sophiaan.

“Jenderal Jintan” dan Militerisme Jepang

Istilah “Jenderal Jintan” kadang-kadang menyesatkan bagi sejarawan Indonesia. Bahkan, ada kemungkinan sebagian dari sejarawan Indonesia menganggap Jenderal Jintan adalah “tokoh nyata” dan bagian dari propaganda pemerintah Jepang. Bahkan dalam tulisan Abeyasekere menyebutkan Jintan sebagai seorang Jenderal (Abeyasekere, 1976, p. 81). Dalam sebagian karya tulis itu juga menyebutkan seolah-olah “Jenderal Jintan” adalah

representasi dan simbol dari (kebangkitan) kekuatan militer Jepang. Pada kenyataannya, Jintan adalah hanya merek dagang dan produk komersial dari perusahaan Morishita Jintan. Produk beserta logo merek dagang ini muncul di pasaran sejak tahun 1905 dan muncul di Hindia Belanda sejak sekitar tahun 1915. Tidak jelas, sejak kapan singkatan JINTAN (J)enderal Jepang (D)ni (N)anti (T)olong (A)nak (N)egeri. Tapi besar kemungkinan sesudah 1915 atau bahkan jauh sesudah itu (Astuti, 2017). Penulis juga setuju dengan pendapat Margono yang menyebutkan bahwa singkatan tersebut merupakan bentuk spontanitas (*folk joke*) dari masyarakat Indonesia saat itu.

Tidak bisa dipungkiri, pasca kemerdekaan, khususnya masa Orde Baru, nampak akronim JINTAN menjadi semacam alat dan penegasan citra negatif akan Jepang. Sebagian besar dari mereka juga mempercayai “Jenderal Jintan” ini merupakan pembuktian dari kegiatan mata-mata Jepang di Indonesia. Selama tiga dekade selama Orde Baru (1966-1998), sejarah Jepang di Indonesia selalu dikonotasikan dengan citra negatif. Hal ini disebabkan dikarenakan tulisan-tulisan mengenai pendudukan militer Jepang di Indonesia, yang penuh dengan kisah-kisah penyiksaan dan kekejaman tentara Jepang di masa pendudukan militer Jepang (1942-1945). Setelah masa Reformasi (1998) saat jatuhnya rezim Orde Baru, terjadi sedikit perubahan dalam pandangan dan pengajaran sejarah di Indonesia.

Citra positif Jepang di masa pra-perang di Indonesia, terbentuk oleh berbagai faktor, termasuk di antaranya karena aktivitas pemasaran produk Jepang, yang sangat murah, juga termasuk mitos-mitos Jintan, yang berkembang di wilayah ini. Karena bersamaan dengan turunnya daya beli masyarakat pribumi saat itu, maka citra positif ini berkembang menjadi imajinasi dan fantasi (yang berlebihan) bagi sebagian orang. Bahkan, Sukarno, mantan presiden pertama Indonesia sendiri mengklaim bahwa komoditas Jepang adalah bagian dari *Deus Ex Machina* “bantuan yang dikirim oleh Tuhan” (lihat tulisan *Deus Ex Machina* karya Soekarno tahun 1933, lihat juga Astuti, 2017). Jepang yang “diimajinasikan” sebagai negara “yang penuh berkah, “negara baru yang modern dan kuat yang sedang mengalahkan kekuatan Barat. Maka, menjadi wajar jika masyarakat pribumi, terutama sebagian kaum priyayi dan terpelajar, berharap sangat besar untuk Jepang mampu membebaskan dan menolong Hindia Belanda terlepas dari kungkungan kekuasaan Barat, yaitu Belanda.

Meskipun pada kenyataannya, di kemudian hari sebagian besar dari cara berpikir tersebut tidak tepat. Di kemudian hari, pemerintah Jepang hanya mengumbar janji dan berubah menjadi penjajah yang baru. “Fantasi” citra positif Jepang semakin runtuh, saat masyarakat Indonesia menyadari betapa kejamnya perlakuan tentara militer Jepang terhadap masyarakat Indonesia.

STEREOTIP CITRA JEPANG MASA PRA PERANG DALAM MASYARAKAT INDONESIA: PENGARUH SENTIMEN BELANDA KEPADA JEPANG?

Saat ini pandangan masyarakat Indonesia terhadap Jepang tidak selamanya negatif. Bahkan, pada polling yang diselenggarakan oleh BBC World Service tahun 2013, pandangan masyarakat Indonesia terhadap Jepang secara umum paling positif dan tertinggi di antara negara lainnya (82%).

Meskipun demikian, pandangan ini tidak sama terhadap sejarah komunitas Jepang di Indonesia. Terutama pandangan generasi tua yang masih sangat negatif terhadap Jepang. Bahkan label “mata-mata Jepang” masih bertahan hingga sekarang.

Sentimen pemerintah kolonial Hindia Belanda (dan Belanda) telah berlangsung sangat lama. Kecurigaan ini muncul muncul sejak tahun 1899, setelah penduduk Jepang

mendapatkan legal status yang disamakan dengan Eropa. Status ini diperoleh setelah ditandatanganinya perjanjian *Anglo-Japanese Treaty* tahun 1902. Sebuah perjanjian persekutuan Jepang dengan Inggris Raya. Salah satu bentuk ketakutannya adalah, antara lain Belanda merasa bahwa Jepang akan menjajah Hindia Belanda (Locher-Scholten, 1989).

Pada tahun 1904, rumor bahwa Jepang adalah mata-mata di Hindia Belanda, merebak. Bahkan, perdana menteri Belanda berimajinasi seolah-olah Eropa akan diserang oleh Cina dan Jepang meski anggapan ini tidak pernah terjadi (Lochter-Scholten, 1989; Van Dijk, 2007, p. 74). Sebaliknya, meski sentimen Belanda terhadap Jepang menguat, perasaan pro-Jepang di antara pribumi juga tumbuh. Hal ini dipicu kemenangan Jepang atas Rusia di Perang Rusia-Jepang tahun 1905 (studi mengenai euforia pribumi atas kemenangan Jepang terhadap Rusia dapat dilihat di Laffan, 2007 dan Watson-Andaya, 1977). Sentimen Belanda terhadap Jepang ini mengalami pasang surut. Tetapi, pada masa-masa tertentu, pemerintah kolonial Belanda bahkan begitu mencurigai penduduk Jepang, dan menganggap mereka adalah mata-mata yang dikirim oleh pemerintah Jepang. Sebuah file dan dokumen pemerintah kolonial Belanda dalam jangka waktu 1913-1914 yang memuat secara khusus kecurigaan mereka pada pedagang keliling obat-obatan Jepang. Bukti-bukti tertulis ini menunjukkan bahwa, penduduk Jepang di Hindia Belanda diamati secara seksama dan dicurigai gerak geriknya. Bukan sebaliknya. Puncaknya setelah Hindia Belanda berhasil direbut oleh Jepang. Menurut Locher-Scholten (1988) dan Goto (2001), citra negatif pemerintah Belanda terhadap Jepang masih bertahan hingga sekarang.

Selama ini, Belanda masih menjadi kiblat penelitian bagi sejarawan Indonesia terutama riset di bidang Indonesia zaman kolonial. Faktanya, sejarawan Indonesia banyak mengacu dan tergantung dari referensi-referensi yang tersimpan di arsip atau pun perpustakaan nasional Belanda. Ditambah dengan kemudahan akses arsip-arsip tersebut, membuat referensi Belanda banyak digunakan oleh sejarawan Indonesia. Padahal, untuk menjaga keseimbangan dan obyektivitas penelitian sejarah, diperlukan sumber-sumber otentik lain dari berbagai perspektif dan pandangan yang berbeda.

Dari studi ini menunjukkan bahwa keterbatasan akses akan arsip Jepang sekaligus keterbatasan kepakaran, membuat sering kali sumber-sumber berbahasa Jepang diabaikan oleh sejarawan Indonesia. Apakah rasa sentimen negatif Belanda terhadap Jepang juga berpengaruh terhadap obyektivitas tulisan akademisi dan sejarawan Indonesia dalam menulis sejarah hubungan Indonesia-Jepang? Masih banyak pekerjaan rumah pakar ke-Jepangan dan sejarah Indonesia-Jepang untuk menjawab pertanyaan semacam ini.

PENUTUP

Trademark/merek dagang Jintan menggambarkan tentara (Jepang) dengan kostum militer lengkap dengan asesorisnya. Dalam pikiran sebagian orang dipercaya sebagai perwujudan mitos seorang “Jenderal Jepang” (bernama) Jintan). Oleh sebagian masyarakat Indonesia, terutama Jawa, mempercayai dan mengasosiasikannya sebagai simbol dan mitos akan manifestasi dari Ramalan Joyoboyo, mengenai Jepang.

Propaganda tersebut, yang awalnya muncul secara spontanitas dalam masyarakat pribumi Hindia Belanda pada tahun 1910-an ini, kemudian dimanfaatkan sepenuhnya oleh pemerintah Jepang untuk mensupport salah satu propaganda pemerintah Jepang bertajuk “Asia untuk Asia” pada tahun 1930-an. Sejak saat itu Jepang mulai serius untuk merencanakan merebut Hindia Belanda dari Belanda. Propaganda ini juga berlanjut hingga masa pendudukan (Astuti, 2017).

Hal tersebut memungkinkan untuk menjawab beberapa “misteri” mengapa tentara Jepang disambut dengan sambutan hangat pada saat kedatangannya di Hindia Belanda pada tahun 1942. Fakta menunjukkan, saat penyambutan kedatangan tentara Jepang sebagian masyarakat Indonesia menyerukan, “Hidup Dai Nippon,” atau “Banzai Dai Nippon.” Hal ini diungkapkan oleh Pramoedya Ananta Toer berdasarkan pengalaman pribadi masa remajanya di Blora (Vickers, 2013, p. 87). Meski pada akhirnya, sambutan hangat ini berganti dengan rasa penyesalan, frustrasi dan kebencian. Hal ini disebabkan rakyat Indonesia menghadapi kenyataan yang bertolak belakang.

“Sambutan hangat” (yang sia-sia) di masa awal kedatangan tentara Jepang, dipercaya oleh banyak sejarawan karena erat hubungannya dengan citra positif yang ditanamkan oleh produk-produk murah Jepang. Komoditas Jepang yang dijual murah oleh toko Jepang, servis ramah dan bersahabat dari pegawai toko Jepang, termasuk euforia atas propaganda mengenai mitos-mitos dan simbolisasi Jintan (Astuti, 2017). Hal ini membuktikan bahwa, meskipun Jintan adalah produk murah dan tidak terlalu penting, sejarah Jintan di masa kolonial Indonesia merefleksikan hubungan Belanda-Indonesia dan Jepang.

Dapat dikatakan bahwa komoditas pil Jintan memiliki peran, yang cukup penting, dalam pembentukan citra Jepang, khususnya dalam kalangan penduduk pribumi, di Hindia Belanda. Bahkan, sebagian citra yang sama, misalnya, label komunitas dagang Jepang di masa Hindia Belanda sebagai mata-mata, masih bertahan di masyarakat Indonesia hingga saat ini (Astuti, 2017).

Penelitian sejarah bertemakan sejarah hubungan Indonesia-Jepang di atas mengantarkan kita untuk memahami konsep “*Change and Continuity*” yang menjadi bagian dalam ilmu sejarah. Dalam ilmu sejarah, dipercayai bahwa situasi dan keadaan selalu berubah secara dinamis. Di sisi yang lain, pasti terjadi pula kesinambungan sejarah hingga masa kini. Dalam penelitian ini menunjukkan kesinambungan itu terjadi misalnya, *pertama*, bagaimana “fantasi akan Jepang” selalu tumbuh dalam masyarakat Indonesia. *Kedua*, ekspansi produk Jepang hingga saat ini masih berlangsung. *Ketiga*, masyarakat Indonesia yang stabil menjadi target pemasaran produk Jepang hingga sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

Arsip

Archives of the Javasche Bank, NEI, property and collection of Bank Indonesia, Jakarta

Diplomatic Record Office of the Japanese Ministry of Foreign Affairs (外交史料館)

National Archive of the Netherlands, The Hague, Algemene Secretarie van de Nederlands-Indische Regering en de daarbij gedeponeerde Archieven (Registered Archives of the Secretary General of the Netherlands Indies Government), 1942-1950, Access number: 2.10.14; Inventory number: 5312.

National Archive of the Netherlands, The Hague, Ministerie van Koloniën: Geheim Archief (Ministry of Colonies: Secret Archives), 1901-1940, Access number: 2.10.36.51; Inventory numbers: 133, 161, 166, and 187.

Surat Kabar yang Diterbitkan di Hindia Belanda

Bataviaasch Nieuwsblad

De Indische Courant

De Java Gazette Government

De locomotief : Samarangsch handels- en advertentie-blad

De Oostpost : letterkundig, wetenschappelijk en commercieel nieuws- en advertentieblad

De Preanger Bode

De Sumatra Post

Het nieuws van den dag voor Nederlandsch-Indië

Hindia Moeda

Java-Bode

Jawa Nippo (爪哇日報)

Kaoem Moeda

Medan Rakjat

Oostpost Sourabaijsche Courant

Samarangs Adverdtenti Blad

Soerabaijsch Handelsblad

Sumatra-courant : nieuws- en advertentieblad

Toindo Nippo (東印度日報)

Katalog/Bulletin

Bendee 1939

China Medical Journal, March 1916

Moestika 1933

Moestika 1937

Moestika 1940

Buku dan Jurnal

Astuti, Meta Sekar Puji. 2009. *Apakah Mereka Mata-mata? Orang-orang Jepang di Indonesia 1868-1942*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Astuti, Meta Sekar Puji. 2017. *Japanese Commodities and Formation of Japan Imagery in Colonial Indonesia: The Case Study of Jintan Pills and Its Trademark*. Unpublished Ph.D Dissertation. Tokyo: Keio University.

Dijk, Cornelis Kees van. 2007. *The Netherlands Indies and the Great War 1914-1918*. Leiden: KITLV Pers.

Laffan, Michael. 2006. "Tokyo as a Shared Mecca of Modernity: War Echoes in the Colonial Malay World", dalam R. Kowner, *The Impact of the Russo- Japanese War*. New York: Routledge, hal. 219-238.

Goto, Ken' ichi. 1997. *'Returning to Asia': Japan-Indonesia Relations 1930-1942*. Tokyo:

Ryukei Shyosha.

Hayase, Shinzo. 2014. *Japanese in Modern Philippine History*. Tokyo: Waseda University Institute of Asia Pacific Studies.

Locher-Scholten, Elsbeth. "Changing Perceptions of Japan in The Netherlands and NEI Before 1942". *Journal of the Japan Netherlands Institute*, 1990, hal. 43-66.

Lee, P. Tak. "The Marketing Strategy for Japanese Jintan in China and its Rivalry with Chinese Rendan". *Academia Sinica*, 2015, hal. 85-124.

Royds, W. M. "Japanese Patent Medicine". *Transactions of the Asiatic Society of Japan*, 1907, hal. 1-14.

Sawada, M. 1996. *Tokyo Life, New York Dreams: Urban Japanese Visions of America, 1890-1924*. Berkeley: University of California.

Yao, T.-H., Jun-Hong, C., & Chiou, S.-C. "The Study of "Jintan" Drugs Newspaper Advertising Designs During Japanese Colonial Period Take Taiwan, Japan, and China as Examples". *Journal of Science and Technology , Humanity and Sociology*, 2008, hal. 59-72.

Zuhri, Saifuddin. 2013. *Berangkat dari Pesantren*. Yogyakarta: LKIS.

Djojohadikusomo, R. M. Margono. 1973. *Reminiscences from three historical periods a family tradition put in writing*. Jakarta: Indira.

Sumber Jepang

アストゥティ・メタ (2011) 「オランダ領東インドにおける日本人売薬商についての一考察—1900年代から1910年代を中心に—」 『社会学研究科紀要第』 72号掲載: 35-54」

町田忍 (編) (1997) 『仁丹は、なぜ苦い?: 明治・大正期の薬品広告図版集』 ボランティア情報ネット.

森下仁丹株式会社(1976)(編) 『森下仁丹80年史』 大阪森下仁丹

森下仁丹株式会社(2013) 『老舗に学ぶ企業改革成功の理由』 東京幻冬舎メディア
コンサルタン

村井吉敬(1982) 『小さな民からの発想—顔のない豊かさを問う』 東京時事通信社.

矢野暢(1978) 「大正期『南進論』の特質(近代日本の南方関与)」 『東南アジア研究』
16(1): 5-31.

CATATAN AKHIR

1. Toko Jepang adalah toko-toko yang dikelola orang Jepang. Meski tidak semua bisnis komunitas orang Jepang mengelola toko, tetapi di masa ini sering disebut sebagai masa toko Jepang.

2. Dari beberapa sumber, menunjukkan bahwa becak juga dipercaya merupakan salah satu “adaptasi” sekaligus inovasi produk Jepang yang muncul dari komunitas dagang Jepang. Impor kain katun/mori Jepang juga mempengaruhi keberadaan industri batik di Jawa pada tahun 1930-an juga contoh lainnya (Astuti, 2017).
3. Komoditas Jepang
4. Sebenarnya, *karayuki-samber* arti seseorang yang pergi ke Cina. *Karayuki-san* mengacu kepada prostitusi Jepang yang menyebar ke seluruh dunia selama periode Meiji (1896-1912). Pada umumnya mereka datang dari Shimabara dan Amakusa di prefektur Nagasaki (Pangastoeti, 2009)
5. Banyak yang salah paham dengan nama Jintan (penulisan dengan huruf awal dengan huruf besar). Pil Jintan adalah produksi perusahaan Morishita Jintan (仁丹) dan bukan jintan bumbu masak atau jintan hitam yang berfungsi sebagai obat-obatan yang termasuk terkenal dengan nama lain habbatus sauda dan dikenal dalam pengobatan Islam.
6. Obat-Obatan yang dijual bebas.
7. Berdasarkan dari Moestika, katalog obat dari perusahaan R. Ogawa yang diterbitkan tahun 1937, 1935, dan 1941.
8. Jintan adalah satu dari *baiyaku* yang sudah sangat terkenal di Jepang sejak tahun 1900-an dan menjadi obat keluarga untuk mencegah penyakit. Bahan dasar Jintan terdiri dari 16 bahan dasar yang merupakan bahan-bahan untuk mencegah masuk angin, masalah pencernaan dan meningkatkan imun dan stamina seperti jahe, licorice, cengkeh, amacha, tanduk rusa, gingseng, gambir dan lain-lainnya.
9. Astuti (2017) melakukan studi khusus mengenai citra yang didesain oleh Djintan Company dan untuk iklan-iklan di Hindia Belanda.
10. Manipol/USDEK adalah akronim dari (Mani)festo (Pol)itik/(U)ndang-Undang Dasar 1945, (S)osialisme Indonesia, (D)emokrasi Terpimpin, (E)konomi Terpimpin, dan Kepribadian Indonesia. Nekolim adalah singkatan dari Neokolonialisme-Kolonialisme-Imperialisme. *The Games of the New Emerging Forces* (GANEFO) adalah pertandingan olah raga yang diinisiasi oleh Indonesia untuk menyaingi Olimpiade.
11. Pembicaraan ini tercatat *Handelingen Volksraad* 1934-1935: 170-178. Lihat juga Gonggong, 1992, p. 59, Hering, 2003, p. 248.
12. Pada saat itu jutaan manusia Indonesia memiliki daya beli yang rendah karena terkena pukulan krisis tahun 1930-an. Orang Indonesia saat itu hanya mampu membeli barang-barang murah seperti produk Jepang yang membanjir di Hindia Belanda. Seperti sepeda, perlengkapan dapur, tekstil. Saat itu toko Jepang mulai menjamur di Hindia Belanda.
13. Thamrin mengambil tulisan Raden Nitipradja yang berbunyi sebagai berikut, “*Jen nagara djawa gedene woos sa godong kelor, hingkono bakal ditekem dening wong koeneng. Hananging lawase moong sa oemoere djagoong; sa woese hikoe bakal bali hana tangane wong djawa maneh; Jen toendjoeng poetih woos sirna hingkono bakal moektine wong djawa.* Bagian lain dari ramalan Joyoboyo menyebutkan, “Jawa akan diperintah oleh orang Putih (Belanda) selama tiga abad dan akan diperintah oleh Cebol Kepala (orang pendek kuning yang diinterprestasikan sebagai orang Jepang) selama seumur jagung,” di sini cebol kepala diinterprestasikan sebagai orang Jepang.