

---

# PERAN PERUSAHAAN PELAYARAN DALAM KEGIATAN PARIWISATA KOLONIAL DI HINDIA BELANDA (1896–1942)

Irfal Mujaffar

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Terbuka

Email: [irfalmujaffar2711@gmail.com](mailto:irfalmujaffar2711@gmail.com)

## Abstrak

Lalu lintas turis yang mengalir ke Hindia Belanda selama paruh abad terakhir periode kolonial rupanya telah menarik minat banyak perusahaan pelayaran. Mereka memandang kegiatan pariwisata sebagai sumber pemasukan baru yang potensial. Keterlibatan perusahaan-perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata juga menandai lanskap baru industri pelayaran di Hindia Belanda yang semula identik dengan angkutan komersial penumpang dan komoditas. Penelitian ini hendak mendiskusikan peran perusahaan-perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata di Hindia Belanda. Sumber-sumber yang digunakan bertumpu pada buku-buku panduan, catatan perjalanan, brosur serta majalah pariwisata sezaman. Dengan menggunakan metode sejarah, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan pelayaran tak sekadar hadir sebagai moda angkutan bagi turis belaka, melainkan juga berkontribusi dalam mendorong pengembangan pariwisata secara luas. Berbagai upaya dan strategi promosi yang mereka lakukan telah mendorong wilayah-wilayah di kepulauan Hindia Belanda menjadi semakin dikenal dan mudah diakses.

**Kata Kunci:** Burns Philp; Koninklijke Paketvaart Maatschappij (KPM); pariwisata di Hindia Belanda; perusahaan pelayaran; promosi pariwisata kolonial

## *THE ROLE OF SHIPPING COMPANIES IN COLONIAL TOURISM ACTIVITIES IN THE DUTCH EAST INDIES (1896–1942)*

### *Abstract*

*The tourist traffic visiting the Dutch East Indies during the latter half of the colonial period apparently attracted the interest of many shipping companies. They thought that tourism would be a potential new source of income. The involvement of shipping companies in tourism activities became a new chapter of the shipping industry in the Dutch East Indies, which initially only served commercial transportation of passengers and commodities. This study will discuss the role of shipping companies in tourism activities in the Dutch East Indies. The sources are used from guide books, travel notes, brochures and contemporary travel magazines. By using the historical methods, the results of this study show that shipping companies are not only present as a mode of transportation for tourists, but also contribute to encourage the development of tourism in general. Their promotional efforts and strategies have made the areas in the Dutch East Indies archipelago increasingly popular and accessible.*

**Keywords:** *Burns Philp; Koninklijke Paketvaart Maatschappij (KPM); tourism in the Dutch East Indies; shipping companies; promotion of colonial tourism*

## I. PENDAHULUAN

Sarana transportasi merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pariwisata. Sebagai kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan, sarana transportasi dibutuhkan untuk mengantarkan para turis mencapai tempat tujuan. Ketersediaan sarana transportasi yang memadai juga menjadi faktor yang turut memicu perkembangan pariwisata. Sebab, moda transportasi yang aman, cepat, dan nyaman dapat memengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan (Yoeti, 1996: 206).

Naskah masuk: 15-04-2024; Revisi akhir: 16-10-2024; Disetujui terbit: 25-10-2024

Kapal uap menjadi moda transportasi yang kerap digunakan oleh para turis untuk mencapai sejumlah tempat di Hindia Belanda di samping dengan mobil dan kereta. Layanan kapal uap sangat dibutuhkan di kondisi geografis Hindia Belanda yang berupa kepulauan. Tercatat sejumlah perusahaan pelayaran aktif melayani perjalanan para turis di Hindia Belanda, baik yang beroperasi secara mandiri maupun terintegrasi dengan agen perjalanan. Contohnya seperti Koninklijke Paketvaart Maatschappij/KPM (Belanda), Burns Philp (Australia), American Express (Amerika), dan Rotterdam Llyod (Belanda).

Kehadiran perusahaan-perusahaan tersebut sekaligus mengindikasikan peran penting dunia pelayaran dalam kegiatan pariwisata. Namun, keterlibatan mereka belum sepenuhnya beroleh perhatian, baik dalam konteks kajian sejarah maritim maupun historiografi pelayaran Indonesia. Ada dua faktor yang dimungkinkan menjadi alasan atas luputnya perhatian para sarjana terhadap isu tersebut. Pertama, kajian mengenai dunia pelayaran Indonesia era kolonial cenderung terpaku pada isu-isu yang terkait aktivitas perniagaan. Kedua, kecenderungan tersebut terjadi lantaran luputnya eksplorasi para sarjana terhadap sumber-sumber yang memotret aktivitas pariwisata, seperti buku panduan perjalanan, majalah pariwisata, catatan perjalanan turis hingga brosur promosi dalam mengkaji isu pelayaran. Padahal sumber-sumber tersebut mengabadikan banyak sekali informasi berharga tentang ceruk bisnis lain dari perusahaan-perusahaan pelayaran selain perniagaan, yakni pariwisata.

Kajian mengenai industri pelayaran di Indonesia secara umum pernah ditulis oleh H.W. Dick (1990). Kajian tersebut menitikberatkan pada isu persaingan antarperusahaan pelayaran dalam penguasaan jalur pelayaran dan pengiriman komoditas. Dick sama sekali tidak menyinggung keterlibatan mereka dalam pariwisata. Yoeti (1996) sempat mengulas informasi tentang keterlibatan sejumlah perusahaan pelayaran dalam melayani perjalanan para turis ke Hindia Belanda, seperti KPM. Namun, isu soal itu hanya dibahas sekilas tanpa analisis yang mendalam. Mungkin karena tulisan Yoeti berfokus pada perkembangan pariwisata Indonesia secara umum.

Keterlibatan perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata disoroti oleh Sunjayadi (2007). Dijelaskan bahwa perusahaan-perusahaan pelayaran, khususnya KPM, tampil menjadi mitra Vereeniging Toeristenverkeer dalam mengembangkan pariwisata terutama untuk wilayah-wilayah di luar Jawa. Dalam karyanya yang lain Sunjayadi (2019) juga menyoroti kontribusi KPM dalam merintis kegiatan pariwisata di Hindia. Menurutnya rute pelayaran KPM telah menciptakan konektivitas antarpelabuhan di kepulauan Hindia, termasuk dengan pelabuhan-pelabuhan utama di Asia, Australia dan Eropa. Dua kajian Sunjayadi (2007 & 2019) ini memberi gambaran umum tentang keterlibatan perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata. Hanya saja, porsi perhatiannya lebih banyak ditujukan terhadap KPM. Sedangkan keterlibatan serta strategi perusahaan-perusahaan pelayaran lain yang menjadi pesaing KPM belum sepenuhnya tereksplorasi.

Persaingan antarperusahaan pelayaran dalam menarik turis ditulis secara khusus oleh Walker & Achmadi (2019). Mereka membahas persaingan dua perusahaan pelayaran besar, yaitu KPM (Belanda) dan Burns Philp (Australia) dalam menjaring turis-turis asal Australia untuk berwisata

ke Hindia Belanda. Tulisan Walker & Achmadi memberikan gambaran tentang strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh perusahaan pelayaran. Namun, mereka belum menjelaskan dampak dari persaingan tersebut terhadap perkembangan pariwisata di Hindia Belanda.

Dengan menitikberatkan pada peran perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata di Hindia Belanda, artikel ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan: mengapa perusahaan-perusahaan pelayaran tertarik untuk melibatkan diri dalam kegiatan pariwisata? Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempromosikan kapal-kapal mereka kepada para calon turis? Sejauh mana dampak dari keterlibatan mereka terhadap pengembangan pariwisata di Hindia Belanda?

Penelitian ini menggunakan metode sejarah untuk menganalisis secara kritis pertanyaan-pertanyaan di atas. Tahapan metode sejarah terdiri dari heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi (Gottschalk, 2008: 42; Sjamsuddin, 2012: 74). Proses heuristik berfokus pada sumber-sumber yang memiliki relevansi dengan isu yang dikaji, yakni pelayaran dan pariwisata era kolonial. Sumber-sumber tersebut meliputi buku panduan perjalanan, majalah, brosur, dan catatan perjalanan turis yang diperoleh dari Perpustakaan Nasional, Perpustakaan Universitas Indonesia, serta koleksi Koninklijke Bibliotheek Den Haag, Belanda yang diakses melalui situs *www.delpher.nl*. Setelah sumber yang diperlukan terkumpul maka tahap selanjutnya adalah melakukan kritik (verifikasi) untuk menguji autentisitas dan kredibilitas sumber. Sumber-sumber yang telah melalui uji kritik lalu diinterpretasi atau ditafsirkan dan dianalisis untuk menjadi dasar rekonstruksi. Lalu masuk pada tahapan akhir berupa historiografi, yaitu menyajikan hasil analisis dalam bentuk tulisan yang disusun secara sistematis.

## **II. PEMBAHASAN**

### **A. Babak Baru Industri Pelayaran di Hindia Belanda**

Abad ke-19 merupakan babak baru bagi dunia pelayaran yang ditandai dengan hadirnya dua perubahan paling revolusioner. Pertama adalah penemuan kapal uap oleh seorang insinyur Amerika Serikat, Robert Fulton, pada permulaan abad. Kapal-kapal uap ini dengan segera menggantikan kapal layar yang sebelumnya lazim digunakan di perairan Hindia. Kedua, dibukanya Terusan Suez untuk kapal-kapal barang dan penumpang pada 1869. Pembukaan Terusan Suez ini telah mempercepat waktu tempuh pelayaran dari Eropa ke Hindia Belanda (Dick, 1990: 12).

Secara bertahap pemerintah Hindia Belanda mulai mengganti kapal-kapal layar mereka dengan kapal uap untuk moda transportasi laut. Kapal uap pertama di perairan Hindia adalah van der Capellen yang dirakit di Surabaya sekitar awal 1825. Namun, usaha pemerintah mengoperasikan kapal tersebut kurang begitu berhasil. Pemerintah kolonial lalu memutuskan untuk mendirikan perusahaan pelayaran sendiri bernama *Nederlandsch Indische Stoomboot Maatschappij* (NISM) pada 1842. Lagi-lagi perusahaan pelayaran negara ini belum mampu mencukupi kebutuhan (Dick, 1990: 12).

Pelayaran kapal uap regular pertama baru bisa dimulai pada 1850 setelah pemerintah memutuskan untuk menjalin kerja sama dengan pihak swasta, yaitu W. Corses de Vries (Sindikot Rotterdam). Kapal-kapal uap mereka diproyeksikan untuk melayani pelayaran antarpulau (Dick, 1990: 12). Bermodal empat kapal uap, pada 19 Juli 1850 perusahaan pelayaran ini mulai melayani jalur Batavia–Padang, Batavia–Surabaya–Makassar, dan Makassar–Ambon–Ternate–Menado. Dua tahun berselang, jalur pelayaran diubah menjadi Batavia–Bengkulu–Padang dan Batavia–Semarang–Surabaya–Makassar–Ambon terus ke Ternate, Kema, dan Menado (dilayani setiap bulan) (Poelinggomang, 2016: 93).

Operasi kapal-kapal milik sindikat Rotterdam itu bertahan tak lebih dari dua dekade. Pada 1863 pemerintah Hindia Belanda kembali membuka tender baru untuk pelayaran kapal uap antarpulau. Tender tersebut dimenangkan oleh H.O. Robinson, seorang pengusaha yang mengawasi sejumlah perusahaan pelayaran Inggris di London. Ia kemudian diangkat menjadi direktur pelaksana pada Netherlands Indies Steam Navigation Company (NISN), perusahaan pelayaran baru yang didirikan pada April 1864. Setahun berselang NISN memperoleh monopoli pelayaran kapal uap antarpulau dengan mengambil alih monopoli pelayaran milik sindikat Rotterdam (Dick, 1990: 12).

Dilain sisi, pembukaan Terusan Suez pada 1869 telah mempersingkat waktu tempuh perjalanan dari Belanda ke Hindia Belanda. Seiring dengan itu, permintaan terhadap jadwal pelayaran yang lebih teratur pun ikut meningkat. Tingginya antusiasme masyarakat Belanda tersebut direspon oleh sejumlah pengusaha, seperti G.J. Boelen, J.G. Bunge, dan J. Boissevain. Berdirilah Stoomvaart Maatschappij Nederland (SMN) pada 13 Mei 1870 di Amsterdam. Lima tahun berselang menyusul pendirian perusahaan pelayaran Rotterdamsche Llyod (RL) pada Januari 1875. Kedua maskapai tersebut aktif melayani pelayaran antara Belanda dan Hindia dengan jadwal yang teratur (Dick, 1990: 12).

Keberhasilan Stoomvaart Maatschappij Nederland (SMN) dan Rotterdamsche Llyod (RL) dalam menyediakan layanan pelayaran secara teratur tampaknya menarik perhatian pemerintah kolonial. Pada Juli 1888, pemerintah Hindia Belanda lalu memutuskan untuk menjalin kerja sama dengan pimpinan dari kedua perusahaan tersebut berkaitan dengan rencana pembentukan perusahaan pelayaran negara baru. Dari kerja sama tersebut terbentuklah N.V Koninklijke Paketvaart Maatschappij (KPM) pada 4 September 1888 (Campo, 1992: 72). Perusahaan pelayaran baru milik negara ini mulai beroperasi pada 1 Januari 1891. Selama waktu tenggangnya (1888–1891), para direksi perusahaan berusaha mempelajari situasi dan medan pelayaran di Hindia Belanda sekaligus menata ulang jalur pelayaran niaga (Sulistiyono, 2004: 154).

Setelah KPM resmi beroperasi pada 1891, monopoli pelayaran antarpulau yang semula dikuasai NISN, kemudian beralih ke tangan KPM. NISN yang sudah kalah bersaing terpaksa harus menjual sisa 16 kapal mereka kepada KPM dan melakukan likuidasi secara sukarela. Sementara KPM hampir setiap tahun semenjak beroperasi terus meningkatkan jumlah kapalnya sebanyak 3 hingga 5 armada, sehingga pada 1903 perusahaan ini sudah memiliki 59 kapal (Dick, 1990: 15; Poelinggomang, 2016: 101). Dengan segera KPM menjadi perusahaan pelayaran yang

dimanfaatkan oleh pemerintah kolonial dalam membangun infrastruktur jalur pelayaran di seluruh Hindia Belanda (Campo, 1992: 21-22).

Bersamaan dengan itu, liberalisasi ekonomi yang berlangsung sejak 1870 telah mendorong pelayaran internasional di perairan Hindia Belanda makin meningkat. Tercatat ada sejumlah perusahaan asing yang melayani pelayaran dari Belanda ke Hindia (Batavia, Semarang), seperti *Compagnie des Messageries Maritimes* dari Prancis; *Peninsular and Oriental Steam Navigation Company*, *Queensland Royal Mail Line*, dan *British India Steam Navigation Company* dari Inggris; serta *Norddeutsche Llyoddari Jerman* (Sulistiyono, 2004: 146; Sunjayadi, 2019: 25-26).

Semakin terhubungnya Hindia Belanda dengan dunia internasional, terutama dengan negeri induknya, telah mendorong peningkatan migrasi keluarga-keluarga Eropa ke Hindia. Tercatat pertumbuhan penduduk Eropa di Hindia dari semula berkisar 17.825 jiwa pada tahun 1852, meningkat menjadi 62.447 jiwa pada 1900. Angka tersebut terus meningkat hingga mencapai 225.000 jiwa pada 1930 (Taylor, 2004: 282). Kehadiran orang-orang Eropa telah menciptakan kecenderungan gaya hidup baru. Di kota-kota besar di Jawa, seperti Batavia, Bandung, Semarang, Solo, Yogyakarta, dan Surabaya banyak bermunculan ruang publik baru yang menawarkan berbagai sarana hiburan, hotel, pertokoan serta hal-hal yang mendukung segala macam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari seperti layaknya di Eropa (Ariwibowo, 2015: 331).

## **B. Pariwisata di Hindia Belanda: Ladang Bisnis Baru Perusahaan Pelayaran**

Setelah terjadi berbagai kemajuan dalam bidang pelayaran selama abad ke-19, banyak orang mulai melakukan perjalanan lintas kota, negara, bahkan benua. Konektivitas antarwilayah yang semakin mudah ini mendorong berkembangnya industri baru yang menggejala secara global, yaitu pariwisata. Mula-mula industri ini berkembang di Eropa, lalu menyebar ke seluruh dunia, termasuk Hindia Belanda.

Praktik pariwisata yang berlangsung di Hindia Belanda tidak lepas dari pengaruh perkembangan pariwisata yang menggejala di Eropa setelah revolusi industri pada abad ke-19. Industrialisasi tampaknya telah menyebabkan meningkatnya pemasukan penghasilan bagi golongan tertentu dan semakin memperjelas perbedaan antara pekerjaan dan waktu senggang (Cribb, 1995: 193-194). Sejak saat itu masyarakat Eropa mulai terbiasa memanfaatkan waktu senggang mereka dengan melakukan perjalanan ke tempat-tempat menarik, seperti gunung, sumber-sumber air panas dan pantai (Yoeti, 1996: 17).

Merasa tidak puas dengan atraksi di Eropa, masyarakat kelas baru itu ingin membeli pengalaman baru dengan berkunjung ke negeri-negeri di Asia dan Afrika yang telah ditaklukan negeri asal mereka (Cribb, 1995: 194; Sunjayadi, 2007: xviii). Hindia Belanda yang berstatus sebagai negeri koloni di Asia turut menjadi perhatian. Informasi mengenai keeksotisan alam dan budaya Hindia yang tersebar di Eropa lewat buku-buku, foto, serta lukisan telah memicu rasa penasaran mereka untuk mengunjungi ‘surga’ tropis milik Belanda itu (Nugraha, 2009: 347).

Kesempatan untuk mengunjungi Hindia pun makin terbuka seiring perkembangan teknologi transportasi, khususnya kereta api dan kapal uap, yang memungkinkan perjalanan makin mudah dan terjangkau. Memasuki tahun 1900, Hindia sudah terhubung dengan jaringan pelabuhan-pelabuhan utama di Asia, Australia dan Eropa oleh kapal uap. Demikian pula perjalanan menelusuri Jawa yang semula sukar dilakukan menjadi makin aksesibel karena jaringan rel kereta api telah menghubungkan tempat-tempat penting di pulau itu (Meulendijk, 2017: 29).

Pada 1893 KPM berinisiasi untuk mendorong kunjungan turis ke Hindia. Mereka menawarkan J.F. van Bemmelen, ahli zoologi di Gymnasium Willem III Batavia, untuk menyusun *reisgids* (buku panduan perjalanan). Tujuannya untuk memberikan panduan kepada masyarakat Belanda yang ingin melakukan perjalanan ke tempat-tempat menarik di Hindia dengan kapal KPM. Dalam misi tersebut, Bemmelen melakukan perjalanan selama tujuh minggu ke sejumlah tempat di Jawa dan Maluku. Ia juga dibantu oleh G.B. Hooyer, pensiunan perwira infanteri berpangkat kolonel, untuk melengkapi informasi di wilayah pesisir barat Sumatra (Sunjayadi, 2019: 120).

Buku panduan yang disponsori KPM tersebut terbit pada 1896 dengan judul *Reisgids voor Nederlandsch-Indië*. Isinya berkisar seputar petunjuk praktis perjalanan di Hindia Belanda yang dilengkapi ilustrasi serta peta. Buku panduan ini memuat lebih banyak kota ketimbang karya Marius Buys, *Batavia, Buitenzorg en de Preanger: Gids voor Bezoekers en Toeristen* (1891) yang terbit sebelumnya. Isinya tidak hanya mempromosikan daerah-daerah menarik di Jawa saja, melainkan juga mencakup Sumatra, Sulawesi, dan Maluku (Bemmelen & Hooyer, 1896). Pada 1897, terbit pula edisi bahasa Inggris buku ini yang diterjemahkan B.J. Berrington dengan judul *Guide to the Dutch East Indies* (1897). Eliza Scidmore, turis asal Amerika Serikat, mengatakan dalam catatan perjalanannya bahwa kunjungan dia ke Jawa pada 1897 mengikuti arahan buku panduan edisi bahasa Inggris tersebut (Scidmore, 1898: vii).

Dalam upaya mengatur lalu lintas turis, pemerintah koloial ikut menginisiasi pembentukan Vereeniging Toeristenverkeer (VTV) ‘Perhimpunan Lalu Lintas Turis’ di Batavia pada 1908. Kehadiran VTV menandai babak baru dimulainya pariwisata internasional di Hindia Belanda. Perhimpunan ini diresmikan oleh Gubernur Jenderal J.B. van Heutsz untuk menjadi semacam pusat koordinasi turis di Hindia (biro pariwisata resmi). Keanggotaannya diisi orang-orang penting dari perusahaan-perusahaan pelayaran, perbankan, perhotelan, kereta api, serta beberapa wakil dari pemerintah (Cribb, 1995: 195).

Semenjak Hindia Belanda dibuka untuk turis asing (1908), perusahaan-perusahaan pelayaran tampil terdepan untuk ambil bagian dalam kegiatan ini. Kegiatan pariwisata tampaknya dinilai sebagai bisnis baru yang potensial di samping pengiriman barang (komoditas) dan angkutan penumpang. Salah satunya ditunjukkan oleh KPM. Perusahaan pelayaran ini langsung melibatkan diri dengan menjadi mitra utama VTV dalam berbagai upaya untuk mendatangkan turis. Bahkan, KPM kerap disertakan oleh VTV pada setiap kantor perwakilannya baik di dalam maupun di luar negeri. Strategi VTV untuk menyertakan KPM dinilai sebagai keputusan yang tepat karena

dengan begitu VTV bisa memperluas jaringannya di berbagai pelabuhan strategis yang dilalui jalur pelayaran internasional (Sunjayadi, 2007: 35).

Pada 1908 VTV menempatkan wakil-wakilnya di Amsterdam, Singapura, Hongkong, dan Sydney. Menurut Sunjayadi, penempatan di keempat kota di luar negeri ini berhubungan dengan jalur kapal laut. Kota-kota besar tersebut memiliki pelabuhan besar yang juga merupakan bagian dari jalur bulanan pelayaran kapal KPM, yaitu Java-China-Japanlijn (Jalur Jawa-Cina-Jepang). Dengan menempatkan wakil-wakilnya di sana tampaknya VTV berusaha menarik minat para calon turis melalui dua jalur pelayaran tersebut (Sunjayadi, 2007: 35).

KPM pun terus meluaskan jaringan pelayarannya seiring meningkatnya atensi turis asing terhadap Hindia Belanda. Salah satunya adalah dengan membuka rute pelayaran baru dari New York dan San Francisco. KPM juga menguatkan sejumlah jaringan pelayaran mereka sebelumnya yang notabene menjadi negara-negara asal turis mayoritas, seperti Australia, London, Saigon, Hongkong, Siam, Singapura, dan Rangoon (Ariwibowo, 2015: 332).

Selain KPM, perusahaan-perusahaan pelayaran asing juga mulai menawarkan perjalanan wisata ke Hindia Belanda. Di antara yang paling terdepan adalah Burns Philp (BP), perusahaan pelayaran yang berdiri 1883 di Sydney, Australia. Pada mulanya perusahaan ini melayani angkutan barang dan komoditas dari Sydney ke Singapura. Guna memperluas jaringan perdagangannya, pada tahun 1905 BP membuka rute pelayaran baru ke Jawa, yaitu di Surabaya, Semarang, dan Batavia dan mendirikan kantor cabang di sana. Setelah beberapa lama beroperasi di Jawa, BP melihat potensi untuk melebarkan sayap bisnis mereka ke ranah pariwisata (Buckley & Klugman, 1981: 85-86 & 185).

Pada 1911, BP mulai aktif mempromosikan perjalanan wisata ke Hindia Belanda kepada turis-turis Australia. BP mesti bersaing dengan KPM yang sudah membuka rute pelayaran ke Pantai Timur Australia sejak 1908 dengan rute Melbourne–Sydney–Brisbane–Townsville–Thursday–Surabaya–Semarang–Batavia–Singapura. Dalam perkembangannya, BP dan KPM saling bersaing untuk menarik hati masyarakat kelas menengah-atas Australia yang memang menjadi salah satu negara pemasok turis tertinggi di Hindia Belanda. Mereka beradu strategi dengan saling meningkatkan pelayanan untuk para turis, mulai dari pembenahan kapal hingga mengencarkan promosi di berbagai media publikasi (Walker & Achmadi, 2019: 157-160).

Perusahaan-perusahaan pelayaran lain yang menawarkan perjalanan wisata ke Hindia Belanda terus tumbuh memasuki dekade 1920-an. Di antaranya seperti American Express (Amerika), Rotterdam Llyod (Belanda), dan beberapa perusahaan kapal pesiar, seperti Kinsworth & Baird, Frank's Tour, dan Floating University. Ada juga perusahaan pelayaran dari Italia seperti The Loyd Triestino yang bekerjasama dengan Marritima Italiano yang menghubungkan Genoa–Leghorn–Naples ke Batavia, Semarang, dan Surabaya (Yoeti, 1996: 29).

Umumnya perjalanan wisata ke Hindia Belanda yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan pelayaran tersebut merupakan bagian dari paket perjalanan keliling dunia yang mereka selenggarakan. Pada 1922 datang empat kapal pesiar yang membawa kira-kira dua ribu turis. Sepanjang tahun itu juga tercatat enam kelompok turis yang dibawa oleh Firma Cook; dua kelompok dari American Express; satu kelompok dari Gillespie, Kinsworth & Baird, dan Frank's Tour; dan lima kelompok dari Raymond & Whitcom. Semuanya mengunjungi Jawa (Sunjayadi, 2007: 83).

Sementara itu pada 20 Maret 1923 datang kapal 'SS Sainte Maire' yang membawa 400 turis Amerika untuk mengunjungi Jawa dan Sumatra. Selanjutnya pada 1925 datang lima kapal turis besar yang mengunjungi Hindia Belanda. Lalu pada 1926 meningkat menjadi tujuh buah kapal. Pada 1927 datang enam kapal pesiar dengan membawa muatan sekitar 2700 penumpang dan sebagian besar berasal dari Amerika. Mereka singgah di Tanjung Priok selama empat hingga lima hari dari seluruh rangkaian perjalanan keliling dunia selama 4,5 sampai 5 bulan (Sunjayadi, 2007: 83-85).

Ramainya perusahaan pelayaran yang melibatkan diri dalam angkutan turis telah memicu intensitas persaingan yang kian ketat dan terbuka di antara mereka. Hal tersebut mendorong perusahaan-perusahaan pelayaran untuk terus berbenah, berinovasi, serta meningkatkan kualitas pelayanan mereka, di samping melakukan strategi promosi semenarik mungkin agar kapal-kapal mereka menjadi pilihan para turis.

### **C. Strategi Perusahaan-Perusahaan Pelayaran dalam Menjaring Turis**

Ada banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pelayaran dalam menarik para calon turis. Tak seperti kapal penumpang pada umumnya, kapal-kapal peruntukan turis biasanya menawarkan program tur dalam bentuk paket perjalanan. Oleh karena itu, kerja sama dengan pihak-pihak terkait, seperti *travel agent*, hotel, serta otoritas setempat sangatlah diperlukan. Penawaran paket perjalanan tentu mesti diimbangi oleh promosi yang menarik. Biasanya perusahaan-perusahaan pelayaran rela menggelontorkan dana yang tidak sedikit untuk mencetak brosur serta memasang iklan di berbagai media publikasi guna mempromosikan paket perjalanan mereka.

Pada 1928 KPM mempromosikan program tur mereka dalam majalah terbitan VTV, *Tourism*. Program tur yang ditawarkan berupa paket perjalanan wisata Hongkong–Jawa–Makassar. Perjalanan tersebut diagendakan akan berlangsung selama 30 hari dengan ongkos f.700,-. Rencananya perjalanan hari pertama akan dimulai dari Hongkong menuju Batavia menggunakan kapal KPM Express. Sesampainya di Batavia rombongan turis akan melanjutkan perjalanan berturut-turut menggunakan kereta api dan mobil mengunjungi kota-kota di Jawa, mulai dari Bogor, Bandung, Garut, Yogyakarta, hingga Surabaya. Setelah itu para turis akan kembali menggunakan kapal KPM dari Surabaya menuju Makassar dan kembali pulang ke Hongkong (*Tourism*, September–Oktober 1928).



Salah satu negara penyumbang turis terbesar di Hindia Belanda adalah Australia. Mengurusnya kunjungan turis asal Australia tak lepas dari peran yang dilakukan perusahaan-perusahaan pelayaran. Pemeran utamanya adalah Burns Philp (BP) dan KPM. Kedua perusahaan pelayaran ini gencar mempromosikan program tur mereka kepada turis-turis Australia melalui berbagai media publikasi.

Pada tahun 1911, BP mulai aktif mempromosikan perjalanan wisata ke Hindia Belanda kepada turis-turis Australia melalui majalah terbitannya, *Picturesque Travel*. Dalam majalah tersebut, BP mencetak brosur khusus berupa penawaran perjalanan wisata ke Hindia Belanda, khususnya Jawa. Mereka bahkan mencetak brosur tersebut hingga mencapai 20.000 eksemplar di awal tahun penerbitannya. Dalam upaya menjangkau lebih banyak calon turis, pada 1928 perusahaan pelayaran ini merilis *The BP Magazine* yang terbit per-triwulan untuk menggantikan media publikasi mereka sebelumnya, *Picturesque Travel* (Buckley & Klugman, 1981: 269).

March 1st, 1931 THE B.P. MAGAZINE 79

**Gambar 1.** Iklan Burns Philp  
*Sumber: The BP Magazine edisi Maret 1931*

Gambar di atas merupakan salah satu contoh bentuk promosi BP yang dirilis dalam *The BP Magazine* edisi Maret 1931. Dalam poster tersebut, Jawa diiklankan sebagai “*the Land of Eternal Summer*”. Pada publikasi edisi lainnya (Desember 1931), BP juga mengiklankan Jawa sebagai “*the Garden of the East*”. Dua contoh iklan promosi BP ini terasa kental dengan wacana eksotisme yang menawarkan narasi tentang keaslian dan ketradisionalitas tempat tujuan.

Dilain pihak, KPM yang sudah aktif melayani rute pelayaran ke Pantai Timur Australia sejak 1908, tak mau tertinggal gelandang. Perusahaan pelayaran milik Kerajaan Belanda ini tampil menjadi pesaing kuat BP dalam menggaet turis-turis Australia. Setahun berselang setelah BP menerbitkan *Picturesque Travel* (1911), KPM juga menerbitkan media publikasi pertamanya di Sydney dalam bentuk buku panduan perjalanan bertajuk *Isle of the East* (1912). Buku tersebut

berisi panduan perjalanan ke tempat-tempat menarik di Hindia Belanda yang bisa dilakukan dari Australia menggunakan kapal KPM. Selain melalui publikasinya masing-masing, KPM dan BP juga aktif mempromosikan program tur mereka melalui pemasangan iklan secara reguler di Majalah *Walkabout* terbitan Australia (Walker & Achmadi, 2019: 157-163).

Sama seperti BP, KPM pun mempromosikan Hindia dengan cara serupa. Objek yang ditampilkan dalam publikasi mereka didominasi gambar-gambar yang menampilkan kesan keeksotisan. Promosi mereka dalam majalah *Walkabout* edisi Januari 1936, misalnya, KPM menampilkan siluet potret penari wanita dengan latar belakang pura, pohon kelapa, dan pemandangan gunung. Semua gambar yang ditampilkan tersebut menguatkan kesan bahwa tempat-tempat yang KPM promosikan relatif masih asli dan belum tersentuh modernitas.

Unsur ‘keaslian’ dan ‘keprimitifan’ tampaknya menjadi daya tarik tersendiri bagi para turis. Hal ini ditenggarai oleh hasrat eksplorasi terhadap eksotisme budaya yang tengah menggejala waktu itu. Menurut Urry & Larssen (2011) pada awal abad ke-20, turis-turis Barat yang notabene berpikiran rasional dan hidup modern sangat berhasrat untuk melihat tempat-tempat yang sama sekali ‘berbeda’ dari kehidupan keseharian mereka (142). Kecenderungan ini lalu direspon oleh perusahaan-perusahaan pelayaran dengan berupaya menciptakan semacam ‘*imaginative geography*’, yaitu fantasi Barat tentang *otherness*, tentang tentang dunia pinggiran yang dipelihara Barat, serta sebuah pemandangan bahwa semua itu adalah tempat-tempat ‘tertutup’ – murni secara etnis, tradisional secara budaya, dan tak terusik modernitas (Sunjayadi, 2007: 60-61).

Kapal-kapal peruntukkan turis umumnya dirancang nyaman dan semewah mungkin. Tak heran jika perusahaan-perusahaan pelayaran berani merogoh kocek dalam untuk melengkapi armada mereka dengan segala macam fasilitas terbaik, seperti kamar tidur mewah hingga kolam renang. Itu semua dilakukan agar bisa bersaing menggaet target pasar mereka yang didominasi oleh kalangan kelas menengah atas.

BP memiliki dua kapal pesiar mewah yang diperuntukkan bagi turis yang diberi nama “Marella” dan “Merkur”. Fasilitas keduanya terbilang lengkap, seperti kolam renang, *restful lounges*, dan kursi-kursi yang nyaman. Dua kapal ini melayani pelayaran dari Sydney–Brisbane–Thursday Island–Darwin–Surabaya–Semarang–Batavia–Singapura (*Walkabout*, September 1937).

Pada tahun 1920-an KPM mendatangkan dua kapal baru bernama “Nieuw Holland” dan “Nieuw Zeeland”. Dua kapal yang beroperasi di jalur Australia ini digunakan untuk mengangkut turis Australia ke Hindia Belanda dan Singapura (Walker & Achmadi, 2019). Dua kapal ini menjadi ikon kebanggaan bagi KPM dan seringkali diiklankan dengan julukan ‘*The White Yachts*’ karena kemegahan dan kemewahannya. Fasilitasnya terbilang mewah yang dilengkapi dengan sarana olah raga dan kolam renang. Para turis juga dijanjikan dapat menikmati perjalanan berbeda, makanan enak, serta kamar tidur yang nyaman (*Walkabout* Januari 1936; September 1936).

Duet *The White Yachts* di jalur Australia–Bali–Jawa–Singapura mengukuhkan KPM menjadi raja kapal uap di Australia. Kapal-kapal BP tak bisa menandingi dua kapal KPM yang berukuran paling besar di antara kapal-kapal yang ada di sana. Puncaknya, pada 1933 Pemerintah Australia

mengalihkan kerja sama mereka dengan KPM baik dalam pelayaran barang maupun penumpang yang semula hak tersebut dipegang oleh BP (Walker & Achmadi, 2019: 158).

Celeste J. Miller, turis asal Chicago, menceritakan pengalamannya selama berlayar dari Singapura ke Batavia menggunakan kapal KPM. Menurut Miller kapal-kapal KPM dianggap yang terbaik oleh para turis karena melayani semua rute pelayaran di Hindia Belanda. Geladak mereka dilengkapi banyak kursi, termasuk kursi malas yang jadi tempat favorit para turis untuk bersantai sambil tidur siang atau minum teh di sore hari. Dia juga melihat banyak orang yang menghabiskan malam mereka di geladak sambil menikmati udara sejuk (Miller, 1908: 147).

#### **D. Kontribusi Perusahaan Pelayaran dalam Pengembangan Pariwisata**

Keterlibatan perusahaan-perusahaan pelayaran membawa dampak positif terhadap perkembangan pariwisata di Hindia Belanda. Mereka berkontribusi penting dalam memperluas jangkauan tempat-tempat wisata, terutama di luar Jawa. Menjelang akhir dekade 1920-an, turis-turis asing mulai merasa bosan dengan Jawa. Mereka menganggap Jawa sudah modern, sehingga perlu mencari tempat tujuan baru yang dianggap masih ‘asli’. Tujuan pun diarahkan ke pulau Bali, daerah yang dianggap masih ‘asli’ dan ‘kuno’.

Jauh sebelum itu, KPM sudah memiliki rencana untuk mempromosikan Bali. Turis pertama telah dibawa oleh KPM ke Bali pada 1914. Pada tahun yang sama KPM juga mencetak brosur berbahasa Inggris untuk mempromosikan Bali yang dicitrakan sebagai pulau indah bak surga dan akan memberikan pengalaman tak terlupakan jika mengunjunginya. Namun pada saat itu Bali belum menjadi prioritas KPM dalam soal angkutan turis. Rute pelayaran mereka ke Bali pada saat itu masih lebih banyak diperuntukkan untuk mengangkut babi dan sejumlah komoditas hasil perkebunan yang ada di sana, seperti kopra dan kopi untuk dikirim ke Singapura (Sunjayadi, 2017: 70).

Menjelang akhir dekade 1920-an, ketertarikan turis untuk mengunjungi Bali makin meningkat. Pada 1926 VTV mulai membuka kantor cabangnya di paviliun Museum Singaraja. Untuk masalah transportasi turis, VTV mempercayakannya kepada KPM. Pada 1928, KPM juga memutuskan untuk membuka hotel di Denpasar karena saat itu sarana akomodasi di Bali masih sangat terbatas (Sunjayadi, 2007: 72-73).

Selain Bali, wilayah lain di luar Jawa yang dijadikan tujuan wisata adalah Sumatra. Menurut Sunjayadi (2007) kegiatan pariwisata di Sumatra berkembang pesat seiring dibukanya jalur Padang–Jawa–Bali–Makassar oleh KPM. Pembukaan jalur ini memberikan pengaruh bagi pariwisata di Sumatra yang memiliki tempat-tempat indah, seperti Brastagi, dataran tinggi Karo, Danau Toba, dan *Padangsche Bovenlanden* (daerah pegunungan Padang) (75).

Promosi pariwisata Bali dan Sumatra juga dilakukan oleh Rotterdam Llyod (RL). Perusahaan pelayaran asal Rotterdam itu lebih berfokus menjaring turis-turis asal Belanda. Pada 1938, RL menyelenggarakan program tur menyusuri Jawa, Bali, dan Sumatra bagi turis Belanda yang berlangsung selama 31 hari. Program tur ini dimulai dengan menyusuri Jawa selama 12

hari dengan titik awal dari Batavia, lalu berturut-turut mengunjungi Buitenzorg–Bandung–Garut menggunakan mobil. Perjalanan dilanjutkan dengan kereta api ke Yogyakarta–Tosari–Surabaya. Dari Surabaya perjalanan berlanjut dengan kapal menuju Bali. Di sana turis akan diajak ke sejumlah tempat menarik selama 6 hari. Lalu kembali ke Surabaya dan menggunakan kereta api ke Batavia. Dari Batavia perjalanan dilanjutkan ke Sumatra dengan kapal untuk menyusuri pulau tersebut selama 10 hari. Selama di Sumatra perjalanan dilakukan dengan kombinasi kapal RL dan mobil dari Padang–Fort de Kock–Padang Sidempuan–Taruntung–Parapat–Danau Toba–Brastagi–Deli (Rotterdam Llyod, 1938: 9-11).

Begitu pula perjalanan tahunan yang diatur oleh KPM di kepulauan Maluku turut memicu perkembangan pariwisata di wilayah tersebut. Kali ini KPM menjalin kerja sama dengan American Express Company (AEC). Pada 1927 dan 1929, kapal pesiar mewah ‘Op ten Noort’ milik (AEC) membawa rombongan turis asal Amerika Serikat dalam jumlah yang besar. Rombongan kapal tersebut sedang melakukan tur keliling dunia. Di Hindia Belanda tujuan mereka adalah mengunjungi Maluku. Perjalanan mereka didampingi oleh KPM. Sejak saat itu *Moluk kentocht* (perjalanan Maluku) mulai populer di kalangan turis Amerika (Sunjayadi, 2007: 76).

### **III. PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Keterlibatan perusahaan-perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata di Hindia Belanda umumnya didorong oleh kepentingan pengembangan bisnis perusahaan. Lalu lintas turis yang mengarus ke Hindia Belanda berpotensi mendatangkan sumber pemasukan baru yang menjanjikan di samping angkutan reguler penumpang dan komoditas yang sudah biasa mereka lakukan. Semenjak itu perusahaan-perusahaan pelayaran mulai menyusun strategi agar kapal-kapal mereka dapat menjaring sebanyak-banyaknya wisatawan.

Setidaknya terdapat empat strategi yang sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pelayaran dalam usaha menjaring wisatawan. Pertama adalah dengan menata kapal-kapal mereka senyaman dan semewah mungkin dengan fasilitas yang lengkap. Kedua, menyelenggarakan program tur berupa paket perjalanan wisata. Ketiga, mereka menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, mulai dari biro perjalanan, organisasi kepariwisataan, hingga otoritas setempat. Keempat, mengencarkan promosi lewat media publikasi. Sejumlah perusahaan pelayaran bahkan menerbitkan media publikasinya sendiri.

Kontribusi perusahaan-perusahaan pelayaran begitu penting artinya bagi pengembangan pariwisata di Hindia Belanda. Mereka tidak saja berperan sebagai penyedia layanan jasa transportasi untuk para turis, melainkan juga berkontribusi dalam mempromosikan banyak tempat yang belum sepenuhnya terekspos oleh para wisatawan. Hal tersebut terutama mereka lakukan di pulau-pulau yang berada di luar Jawa, seperti Bali, Sumatra, hingga kepulauan di wilayah Indonesia Timur.

## **B. Saran**

Penelitian ini menawarkan sejumlah saran yang bisa dipertimbangkan baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, peluang untuk mengembangkan dan memperdalam kajian tentang industri pelayaran dalam kegiatan pariwisata masih sangat terbuka. Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa isu soal pelayaran dalam pariwisata masih belum beroleh banyak perhatian dalam historiografi Indonesia. Masih ada banyak yang bisa dieksplorasi. Misalnya, memperdalam isu ini dengan membahas secara khusus keterlibatan satu atau dua perusahaan pelayaran dalam kegiatan pariwisata. Bisa juga membahas perkembangan dan dinamikanya setelah era kemerdekaan, dan masih banyak lagi. Secara praktis, dalam perkembangan hari ini, industri pelayaran masih berpeluang untuk kembali menjadi garda terdepan dalam pengembangan pariwisata. Terlebih dengan adanya wacana jalur rempah yang beberapa tahun terakhir ini menjadi isu yang hangat diperbincangkan. Tentu ini adalah potensi pariwisata yang menjanjikan jika dikelola secara baik. Perusahaan-perusahaan pelayaran hari ini bisa mencontoh strategi yang dilakukan oleh pendahulunya di masa lalu, tentu dengan sejumlah penyesuaian agar tetap relevan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ariwibowo, G. A. (2015). Keresiden Priangan di mata para pelancong pada pertengahan abad ke-19 hingga awal abad ke-20. *Jurnal Patrawidya*, 16 (3), hlm. 327 – 344.
- Bemmelen, J. F van & Hooyer, G. B. (1896). *Reisgids voor Nederlandsch-Indië*. Batavia: G. Kolff & Co.
- Buckley, K & Klugman, K. (1981). *The history of Burns Philp: The Australian company in the South Pacific*. Sydney: Burns Philp.
- Campo, J. N. F. M. (1992). *Koninklijke pakketvaart maatschappij stoomvaart en staatsvorming in de Indonesische archipel 1888-1914*. Hilversum: Velroren.
- Cribb, R. (1995). International turism in Java 1900-1930. *Jurnal South East Asia Research*, 3 (2), hlm. 193-204.
- Dick, H. W. (1990). *Industri pelayaran Indonesia, kompetisi dan regulasi*. Jakarta: LP3ES.
- Gottschalk, L. (2008). *Mengerti sejarah*. Jakarta: UI-Press.
- Majalah *Tourism*, edisi September-Oktober 1928.
- Majalah *Walkabout* edisi Januari 1936; September 1936; September 1937.
- Meulendijks, H. (2017). Tourism and imperialism in the Dutch East Indiës: Guidebooks of the vereniging toeristenverkeer in the late colonial era (1908-1939). *Tesis* di Utrecht University.
- Miller, C. J. (1908). *The newest way round the world*. New York: Calkis and Company.

- Nugraha, I. P. (2009). Sejarah turisme sebagai satu kategori dalam studi mengenai Indonesia dalam Kanumoyoso, B *et.al.*, *Kembara Bahari Esei Kehormatan 80 Tahun Adrian B. Lopian*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Poelinggomang, E. L. (2016). *Makasar abad ke XIX, studi tentang kebijakan perdagangan Maritim*. Jakarta: KPG.
- Rotterdam Lloyd. (1938). *Nederlansch Indie*. Rotterdam: RL.
- Scidmore, E. R. (1898). *Java the garden of the east*. New York: The Century Co.
- Sjamsuddin, H. (2012). *Metodologi sejarah*. Yogyakarta: Ombak.
- Sulistiyono, S. (2004). *Pengantar sejarah maritim Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.
- Sunjayadi, A. (2007). *Vereeniging toeristen verkeer Batavia (1908-1942) Awal Turisme Modern di Hindia Belanda*. Depok: FIB-UI.
- Sunjayadi, A. (2017). Dari Vreemdelingenverkeer ke Toeristenverkeer: Dinamika Pariwisata di Hindia Belanda 1891-1942. *Disertasi* di FIB-UI.
- Sunjayadi, A. (2019). *Pariwisata di Hindia Belanda 1891-1942*. Jakarta: KPG.
- Taylor, J. G. (2004). *Indonesia: People and history*. New York: Yale University Press.
- Urry, J & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Los Angeles: Sage.
- Walker, P & Achmadi, A. (2019). Advertising “the east”: Encounters with the urban and the exotic in late colonial Asia Pacific. *Jurnal Fabrications*, 29 (2), hlm. 154-183.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa.