

Toko Serba Ada Chiyoda (N.V Warenhuis Tjijoda) di Jalan Tunjungan Surabaya 1933 - 1942

Muhammad Nasywan^{1*}, Sumarno²

¹⁻² Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding email: ¹muhammadnasywan.22056@mhs.unesa.ac.id, ²sumarno@unesa.ac.id

Abstrak: Puncak kejayaan ekonomi Jepang di Hindia Belanda salah satunya nampak dengan berdirinya Toko Serba Ada Chiyoda milik Okano Shigezo, yang menjadi jembatan perdagangan antara Jepang dan Hindia Belanda. Penelitian ini akan mengulas secara komprehensif mengenai bagaimana kedatangan migran Jepang ke Surabaya yang bertepatan dengan terbukanya ekonomi Surabaya untuk investor asing setelah Hindia Belanda menerapkan kebijakan ekonomi liberal. Selain itu penelitian ini juga akan menganalisis mengenai strategi dan perkembangan Toko Chiyoda yang menimbulkan kecurigaan adanya spionase yang dilakukan dibalik kedok perdagangan di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode sejarah dengan pendekatan kuantitatif melalui tahapan heuristik, verifikasi, interpretasi, dan historiografi, yang didukung oleh pemanfaatan sumber pustaka, dokumen, koran serta literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan setelah Surabaya menerapkan kebijakan ekonomi liberal, banyak investor asing yang datang dan berinvestasi termasuk dari orang-orang Jepang. Perkembangan pesat ekonomi Jepang di Hindia Belanda berawal dari terjadinya krisis ekonomi tahun 1930 di Hindia Belanda yang pada akhirnya melahirkan bisnis pertokoan modern Jepang seperti Toko Serba Ada Chiyoda. Toko ini menerapkan strategi pemasaran modern, yang pada akhirnya mampu menggeser dominasi produk Barat dan etnis lain seperti Tionghoa. Selain analisa upaya spionase, dalam penelitian ini juga meluruskan fakta sejarah bahwa Toko Chiyoda merupakan entitas mandiri yang berdiri terpisah dari Toko Whiteaway Laidlaw yang menjadi muasal Gedung Siola.

Kata kunci: Chiyoda, Surabaya, migran Jepang, ekonomi, toserba

Abstract: *The peak of Japan's economic success in the Dutch East Indies was evident in the establishment of Okano Shigezo's Chiyoda Department Store, which served as a bridge for trade between Japan and the Dutch East Indies. This study will comprehensively examine how the arrival of Japanese migrants to Surabaya coincided with the opening of the Surabaya economy to foreign investors after the Dutch East Indies implemented liberal economic policies. Furthermore, this study will analyze the strategy and development of the Chiyoda Department Store, which raised suspicions of espionage conducted under the guise of trade in Surabaya. This research uses a historical method with a quantitative approach through the stages of heuristics, verification, interpretation, and historiography, supported by the use of library sources, documents, newspapers and relevant literature. The results of the study show that after Surabaya implemented a liberal economic policy, many foreign investors came and invested, including Japanese people. The rapid development of the Japanese economy in the Dutch East Indies began with the economic crisis of 1930 in the Dutch East Indies which ultimately gave birth to modern Japanese shopping businesses such as the Chiyoda Department Store. This store implemented a modern marketing strategy, which ultimately was able to shift the dominance of Western products and other ethnicities such as the Chinese. In addition to analyzing espionage attempts, this study also clarifies the historical fact that the Chiyoda Store was an independent entity that stood separately from the Whiteaway Laidlaw Store which became the origin of the Siola Building.*

Keywords: *Chiyoda, Surabaya, Japanese migrants, economy, department store*

PENDAHULUAN

Selama periode liberal (1870-1920-an), ditandai dengan diberlakukannya Undang-Undang Agraria dan Undang-Undang Gula (Staatsblad van Nederlands-Indie 1870: 55, 117), Surabaya memasuki era baru sejarah ekonomi. Pada saat itu Surabaya dibuka secara luas bagi investor asing untuk menanamkan modal mereka dan pemerintah kolonial juga menciptakan iklim bisnis yang menarik. Pada tahun 1880-an banyak investor asing telah berinvestasi secara luas di sektor pertanian. Dengan banyaknya investor yang menanamkan modal di wilayah ini, Surabaya menjadi penting dalam hal perdagangan internasional. Surabaya pada saat itu menjadi titik pusat dalam jaringan ekonomi yang mencakup seluruh bagian timur Kepulauan Indonesia. Posisi Surabaya pada saat itu dianggap lebih baik daripada Batavia (Jakarta) dalam hal perkembangan ekonomi atau dalam satuan ukuran (Nasution, 2011).

Selain Belanda dan Cina, Jepang juga turut campur tangan dalam perkembangan ekonomi di Surabaya melalui perdagangan, terlebih yang terbilang sukses adalah dalam usaha pertokoan.

Keberadaan toko Jepang di Hindia Belanda sendiri diperkirakan muncul pertama kali pada tahun 1901 di Surabaya bernama toko Choya (Meta, 2008). Menjelang akhir tahun 1910 hingga awal tahun 1940-an aktivitas toko Jepang semakin berkembang dan meningkat hingga menjadi ikon dalam sejarah hubungan ekonomi antara Jepang dengan Hindia Belanda. Toko-toko Jepang ini memajang barang dagangannya dengan sangat menarik dan menjualnya dengan harga murah, selain itu Toko Jepang juga memberikan pelayanan yang baik nan ramah serta buka hingga malam hari sehingga sering dijadikan tempat berkumpul dan berinteraksi bagi warga kota maupun desa (Artono dkk, 2017). Selama kurun waktu tersebut sering terjadi pasang surut aktivitas dagang toko Jepang, dan pada tahun 1920-1930 menjadi titik balik kejayaan toko Jepang di Hindia Belanda, meskipun pada masa yang sama terjadi krisis ekonomi dunia yang berimbas pada penurunan aktivitas perdagangan di negara-negara di seluruh dunia. Bahkan dalam kurun waktu tahun 1930-1940 kedudukan toko Jepang semakin populer, ditandai dengan berdirinya Toko Serba Ada Chiyoda oleh Okano Shigezo, dimana toko Jepang mampu menggeser kedudukan toko-toko milik orang Eropa bahkan toko-toko milik orang Tionghoa yang sebelumnya memegang peranan penting dalam perekonomian di pulau Jawa (Stedi Wardoyo, 2019). Disisi lain, keberadaan dan kesuksesan toko Jepang di Hindia Belanda menjadi sebuah kecurigaan atas dugaan kegiatan spionase yang dilakukan oleh Jepang sebelum akhirnya mengambil alih kependudukan Belanda di Hindia Belanda.

Penelitian ini penting dan menarik untuk dikaji karena masih banyak orang yang belum mengetahui mengenai latar belakang Toko Chiyoda. Ditambah masih banyaknya literatur yang menyebutkan bahwa Toko Chiyoda merupakan pendahulu dari Toko Siola, yang tertulis bahwa bangunan awal yang berdiri adalah Toko Whiteaway Laidlaw milik Robert Laidlaw pengusaha asal Inggris yang kemudian setelah wafatnya Robert Laidlaw Toko Whiteaway mengalami kemunduran dan bangkrut sehingga ketika Jepang datang dalam masa ekspansi ke selatan (*Nanshinron*) bangunannya diambil alih dan dijadikan toko dengan nama Toko Chiyoda. Namun hal tersebut tidaklah benar karena Toko Whiteaway dan Toko Chiyoda merupakan dua toko yang berbeda dan dipisahkan oleh satu ruko. Toko Whiteaway terletak di Jalan Tunjungan nomor 1, sedangkan Toko Chiyoda terletak di Jalan Tunjungan nomor 5-7.

Berdasarkan uraian latar belakang ini, penulis mencoba untuk meneliti secara historis terkait perkembangan dari Toko Chiyoda di jalan Tunjungan Surabaya dengan berbagai pendekatan sejarah, seperti pendekatan sejarah ekonomi-sosial untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan Toko Chiyoda dalam persaingan dagang dengan toko-toko Eropa maupun toko-toko Tionghoa. Selain itu juga untuk mengungkap bagaimana konsep toko serba ada Jepang di Indonesia pada masa sebelum pendudukan Jepang. Pendekatan lain yang digunakan yakni pendekatan sejarah politik untuk mengetahui apakah Toko Chiyoda milik Okano Shigezo di Surabaya terlibat atau tidak dalam jaringan spionase untuk persiapan invasi militer Jepang.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yakni menggunakan metode sejarah untuk mengkaji pendirian dan perkembangan Toko Serba Ada Chiyoda di Jalan Tunjungan Surabaya pada periode tahun 1933-1943. Tahapan-tahapan yang digunakan dalam penelitian metode sejarah meliputi beberapa tahapan penting yakni, heuristik, verifikasi, interpretasi, dan historiografi (Hamid & Madjid, 2008).

Tahapan pertama yakni heuristik, yakni penulis menghimpun sumber-sumber arsip atau dokumen yang relevan dengan topik penelitian penulis. Sumber penelitian penulis diantaranya sumber primer diperoleh berupa arsip yang didapat dari laman internet seperti

Delpher dalam bentuk surat kabar. Kemudian sebuah arsip berupa buku catatan harian dari Okano Shigezo berjudul *Nanyou no Sekatsu Kiroku* yang menceritakan tentang keseharian Okano selama di Hindia Belanda dan pendirian Toko Chiyoda. Kemudian arsip dari Laporan resmi Pemerintah Hindia Belanda tentang kegiatan subversif Jepang di Kepulauan Hindia Belanda selama dekade terakhir dengan judul *Ten Years of Japanese Burrowing in the Netherlands East Indies* yang bersinggungan dengan topik pembahasan mengenai keterlibatan Toko Chiyoda (Tjijoda) ini dalam aksi spionase Jepang.

Tahapan kedua yakni kritik sumber atau verifikasi untuk menilai sejauh mana sumber yang telah dihimpun oleh penulis layak digunakan dalam penelitian ini. Dalam kritik sumber ini yang dipakai hanya kritik intern untuk menganalisis terkait kebenaran isi sumber yang dipakai dalam penelitian ini. Langkah ini cukup penting untuk menjamin kredibilitas penelitian penulis.

Tahapan ketiga yakni interpretasi, dimana penulis akan menafsirkan atau menghubungkan fakta-fakta sejarah yang telah diperoleh secara kronologis sehingga membentuk kesimpulan yang menyeluruh. Dalam konteks penelitian ini penulis melakukan rekonstruksi peristiwa masa lalu berdasarkan fakta sejarah dengan penafsiran atau pengembangan antar fakta yang berfokus pada perkembangan Toko Chiyoda dari latar belakang hingga adanya tuduhan mengenai kegiatan spionase yang dilakukan.

Tahapan keempat yakni historiografi, yakni proses penulisan sejarah yang disajikan oleh penulis berdasarkan hasil rekonstruksi dari data atau sumber yang telah dikumpulkan dan diseleksi sebelumnya yang kemudian dipilih fakta fakta yang sesuai dengan topik pembahasan dalam penelitian ini yakni mengenai perkembangan Toko Chiyoda, strategi dagangnya, latar belakang adanya toko Jepang, mengenai konsep toko Jepang, hingga pembuktian mengenai kebenaran ada atau tidaknya campur tangan Toko Chiyoda dalam aksi spionase Jepang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Ekonomi Surabaya abad ke 19 – 20 dan Awal Berkembangnya Perekonomian Jepang di Surabaya

Perubahan besar pada perekonomian Kota Surabaya bermula ketika pemerintah kolonial Belanda memberlakukan sistem Tanam Paksa pada tahun 1830. Kebijakan ini secara langsung mendongkrak nilai barang ekspor yang dikumpulkan di pelabuhan Surabaya, dari yang semula hanya berkisar puluhan ribu gulden melonjak drastis hingga mencapai jutaan gulden pada pertengahan abad ke-19 (Darsono dkk., 2018). Komoditas utama yang menjadi motor penggerak ekonomi ini adalah gula, di mana wilayah pedalaman Surabaya berkembang menjadi produsen terbesar di Hindia Belanda dengan kapasitas produksi dua kali lipat dibanding daerah lain di Jawa (Van Niel, 2003 dalam Salsabila, 2019). Keberadaan belasan pabrik gula berbasis teknologi uap di sekitar pinggiran kota memicu pertumbuhan aktivitas dagang yang sangat dinamis (Dick, 2002). Kondisi ini mendorong perusahaan-perusahaan besar Eropa untuk membuka cabang operasional mereka di Surabaya, yang kemudian memunculkan julukan bagi kota ini sebagai "Rotterdamnya Hindia Belanda" (Von Faber, 1931).

Pertumbuhan ekspor yang konsisten melebihi angka impor pada pertengahan abad ke-19 menarik perhatian lembaga keuangan luar negeri. Berbagai bank internasional, seperti Nederlandsch Indische Escomto Maatschappij dan De Chartered Bank of India, Australia and China, segera membuka jaringan kantor cabang mereka di Surabaya untuk melayani transaksi perdagangan internasional yang kian padat (Von Faber, 1931). Memasuki era ekonomi liberal pasca tahun 1870, modal asing mengalir semakin deras ke sektor pertanian dan perkebunan, mengukuhkan Surabaya sebagai simpul utama jaringan ekonomi di wilayah timur Nusantara dengan pertumbuhan yang bahkan melampaui Batavia (Nasution, 2011). Industri manufaktur

sekunder, khususnya pabrik pengecoran logam dan mesin, tumbuh pesat di tengah kota untuk menopang kebutuhan perlengkapan operasional pabrik-pabrik gula tersebut (Siahaan, 1996).

Sektor transportasi turut mengalami modernisasi demi mendukung kelancaran distribusi komoditas perkebunan. Jalur kereta api negara pertama dibangun pada tahun 1875 untuk menghubungkan Surabaya dengan daerah pedalaman, disusul oleh jaringan trem listrik yang membelah kota (Dick, 2002). Selain itu, keterbatasan Kali Mas dalam menampung kapal-kapal dagang mendorong pemerintah melakukan proyek besar pembangunan Pelabuhan Tanjung Perak yang diresmikan pada tahun 1925, lengkap dengan infrastruktur jalan kembar dan trem untuk menghubungkan pelabuhan dengan pusat kota (Von Faber, 1931; Dick, 2002). Peningkatan sarana komunikasi dan lalu lintas ini mempercepat perpindahan barang dagangan dan sekaligus menandai berakhirnya fase awal industri tradisional di Hindia Belanda (Ricklefs, 1991; Dick, 2002).

Meskipun demikian, pada masa peralihan menuju abad ke-20 (1890-1910), neraca perdagangan Surabaya sempat mengalami kerugian atau defisit. Hal ini disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu merosotnya harga gula dan kopi di pasar internasional serta tingginya belanja modal berupa impor mesin-mesin pabrik dan material kereta api dari Eropa dan Amerika (Nasution, 2006). Namun, situasi ini memicu diversifikasi usaha baru di sektor eceran dan manufaktur ringan. Pemerintah daerah bahkan menetapkan kawasan khusus industri di Ngagel untuk menampung menjamurnya pabrik-pabrik baru seperti penyulingan minyak, semen, dan perbaikan mesin (Dick, 2002; CBS, 1920). Puncaknya pada tahun 1930, struktur ekonomi Surabaya telah sepenuhnya bergeser menjadi kota metropolitan modern. Berdasarkan data resmi, sektor non-agraris mendominasi penyerapan tenaga kerja dengan total pekerja industri, transportasi, dan perdagangan yang masing-masing melampaui angka puluhan ribu orang, sementara sektor pertanian tradisional kian menyusut (Volkstelling, 1934).

Kehadiran para pendatang dari Jepang di Surabaya bermula pada akhir abad ke-19, seiring dengan dibukanya isolasi politik di negeri asal mereka dan adanya kebijakan ekonomi terbuka di Hindia Belanda yang dikenal dengan konsep pergerakan ke selatan atau Nanshinron (Astuti, 2008). Proses masuknya pengaruh ekonomi Jepang ini berlangsung dalam beberapa tahapan interaksi sosial dan dagang. Pada periode awal, kegiatan bisnis masih bersifat tidak tetap dan berpusat di sekitar wilayah Pecinan, yang kemudian mengubah nama kawasan tersebut menjadi Jalan Kembang Jepun (Darsono dkk., 2018). Memasuki awal abad ke-20, para pemuda imigran Jepang mulai merintis usaha dagang keliling ke pelosok-pelosok desa dengan membawa pikulan atau mengendarai sepeda yang dilengkapi kotak kayu berisi barang kerajinan, mainan, dan replika budaya Jepang untuk menarik minat masyarakat lokal (Astuti, 2008; Boedhimoerdono, 2003).

Seiring berjalannya waktu, model dagang keliling ini bertransformasi menjadi jaringan toko kelontong permanen yang menetap di pusat-pusat keramaian kota maupun wilayah pedalaman (Astuti, 2008). Keberhasilan toko-toko Jepang ini terletak pada kemampuannya membangun kemitraan yang erat dengan komunitas bisnis lokal, terutama kelompok pedagang Tionghoa, Arab, dan bumiputra, dibanding mengandalkan lembaga resmi bentukan Belanda (Post, 1994). Ketika pasokan barang dari Eropa terhenti akibat meletusnya Perang Dunia I, produk-produk buatan Jepang masuk secara besar-besaran dan mulai mendominasi pasar eceran lokal (Astuti, 2023). Stabilitas jaringan toko ini menarik minat perusahaan-perusahaan raksasa Jepang (zaibatsu) seperti Mitsui Bussan untuk membuka kantor cabang di Surabaya pada tahun 1909, yang kemudian disusul oleh beroperasinya lembaga perbankan Jepang seperti Bank of Taiwan untuk memperkuat permodalan bisnis mereka (Astuti, 2008; Darsono dkk., 2018).

Ekspansi perdagangan impor Jepang mencapai puncaknya saat krisis ekonomi dunia melanda pada tahun 1930-an. Ketika daya beli masyarakat merosot tajam akibat penutupan

perkebunan dan pemotongan upah secara massal (Boomgaard, 2000; Nawiyanto, 2000), produk impor dari Eropa menjadi tidak terjangkau karena harganya yang terlalu tinggi. Toko-toko Jepang memanfaatkan celah ini dengan menawarkan alternatif barang kebutuhan sehari-hari yang jauh lebih murah, seperti kain katun, perabot rumah tangga, kaca, dan lampu (Furnivall, 1967; Darsono dkk., 2018). Rendahnya harga barang-barang Jepang ini dipicu oleh biaya produksi dalam negeri mereka yang efisien, penurunan nilai mata uang yen secara tajam, serta persaingan tarif angkutan laut yang menekan biaya pengiriman (Shimizu, 1988). Akibatnya, pangsa pasar impor Jepang di Hindia Belanda melonjak drastis hingga mencapai 31,8% pada tahun 1934, mengalahkan dominasi produk Belanda dan Inggris (Furnivall, 1967).

Tabel 1. Presentase Asal Impor Hindia Belanda Tahun 1905-1934

Negara	1905	1913	1923	1929	1934
Belanda	31,0	33,3	21,0	17,8	12,9
Inggris	16,3	17,5	15,1	11,0	9,8
Jerman	2,7	6,6	8,0	10,9	7,3
Jepang	1,2	1,6	8,1	10,9	31,8
Tiongkok	1,1	2,1	1,5	2,6	2,3
India	3,6	5,2	4,8	5,4	2,7

Sumber: J.S Furnivall, 1967. *Netherlands India: A Study of Plural Economy*, Cambridge University Press, hlm 431

Melihat data pada tabel diatas, terlihat Jepang mengirim barang-barangnya seperti katun, tembikar, semen, kayu, kaca, bola lampu, suku cadang, peralatan menjahit dan lain-lain ke Hindia Belanda tidak dalam jumlah yang kecil (Allen, 1950). Setiap tahun Hindia Belanda menaikkan jumlah barang yang mereka impor. Hal ini berbanding terbalik dengan ekspor ke Jepang yang jumlahnya lebih kecil dibandingkan dengan impor mereka (Vlekke, 2008). Apabila mengutip studi dari Vlekke, dikatakan bahwa pada tahun 1934 impor Hindia Belanda lebih besar dibandingkan dengan ekspor mereka ke Jepang, dengan persentase 31 persen impor Jepang masuk ke Hindia Belanda dan 5 persen ekspor Hindia Belanda ke Jepang (Vlekke, 2008). Mereka secara perlahan-lahan membangun bisnis perdagangan di Hindia Belanda sehingga pedagang-pedagang Jepang menguasai beberapa sektor industri di Hindia Belanda (Vlekke, 2008).

Kesuksesan penetrasi pasar ini juga ditunjang oleh strategi bisnis yang mandiri dan adaptif. Berbeda dengan pengusaha Eropa yang enggan terjun langsung ke pasar eceran tingkat bawah, para pedagang Jepang mengendalikan seluruh jalur distribusi secara mandiri mulai dari kapal pengangkut, gudang penyimpanan di pelabuhan, hingga toko pengecer di pedesaan (Ten Years of Japanese Burrowing, 1944; Sugiyama, 1994). Langkah ini sekaligus meminimalkan risiko bisnis akibat ketegangan politik dengan kelompok pedagang tertentu di perkotaan (Boomgard, 2000). Di samping itu, toko-toko Jepang menerapkan metode pelayanan yang sangat menarik perhatian masyarakat, seperti mempekerjakan penduduk lokal, menerapkan sistem harga pas tanpa tawar menawar, serta aktif mengamati selera pembeli untuk ditiru oleh pabrik di Jepang dengan harga yang lebih murah (Furnivall, 1967; Post, 1994). Mereka juga memelopori penggunaan iklan visual yang mencolok melalui spanduk besar bertuliskan slogan penawaran yang memikat seperti "setiap hari ada barang baru, harga selalu murah" di pusat-pusat perbelanjaan seperti Pasar Blauran (Von Faber, 1931; Basundoro, 2023). Secara sosial-budaya, keberadaan toko-toko Jepang menciptakan ruang interaksi yang harmonis dan terbuka bagi semua kalangan masyarakat, baik penduduk bumiputra, Tionghoa, maupun Eropa, karena suasana toko yang terang dan ramah (Astuti, 2023). Karakteristik operasional pedagang Jepang yang sangat disiplin, ulet, bekerja dari pagi

hingga malam, serta cenderung tertutup dalam komunitasnya memberikan warna tersendiri dalam kehidupan perkotaan (Astuti, 2023). Namun, etos kerja yang ketat dan penetrasi mereka hingga ke pelosok pedalaman ini justru dipandang dengan penuh kecurigaan oleh pemerintah kolonial Belanda, yang menganggap kedisiplinan ekstrem dan mobilitas tinggi para pedagang tersebut sebagai kedok dari aktivitas spionase atau mata-mata militer menjelang konflik internasional (Astuti, 2023)

B. Latar belakang Okano Shigezo dan Keberadaan Toko Serba Ada Chiyoda (N.V Warenhuis Tjijoda) di Surabaya

Latar belakang kehidupan masa muda yang penuh tantangan membentuk karakter tangguh pada diri Okano Shigezo. Lahir dari keluarga sederhana di Prefektur Shizuoka pada tahun 1894, Okano harus mandiri sejak usia dini demi membiayai pendidikannya, bahkan ia terpaksa putus sekolah akibat bencana banjir besar yang melanda daerah asalnya pada tahun 1910 (Okano, 1942). Pengalaman masa muda sebagai pekerja toko dan ketekunannya menarik perhatian sejumlah tokoh berpengaruh, hingga akhirnya ia mendapatkan rekomendasi untuk merantau ke wilayah selatan demi mengelola perkebunan karet pada tahun 1914 (Okano, 1942). Namun, setibanya di Sumatra Barat, perubahan kondisi bisnis memaksanya berpindah haluan menjadi seorang pekerja toko kelontong (Okano, 1942). Meskipun bidang perdagangan eceran awalnya bukan merupakan cita citanya, Okano menunjukkan dedikasi yang luar biasa dengan bekerja belasan jam sehari dan berhasil menguasai bahasa lokal dalam waktu singkat (Okano, 1942). Kejujuran dan keramahan sikapnya dalam melayani semua kalangan masyarakat membuat usahanya berkembang pesat serta mendapat kepercayaan tinggi dari penduduk setempat (Okano, 1942).

Karier bisnis Okano memasuki babak baru ketika ia dipindahkan ke Surabaya pada tahun 1916 untuk memimpin perluasan usaha perusahaannya (Jagatara Tomo no Kai Hen, 1978). Di tengah persaingan ketat dengan berbagai lembaga dagang Barat dan sesama pengusaha Jepang yang telah menetap di Surabaya, Okano menerapkan metode penjualan keliling daerah yang tergolong baru pada masa itu (Okano, 1942). Ia membawa contoh barang impor langsung ke pelosok daerah untuk ditunjukkan kepada pemilik toko-toko kecil, sebuah strategi yang menjadi cikal bakal kuatnya jaringan grosir produk Jepang (Jagatara Tomo no Kai Hen, 1978). Keberhasilan ini mengantarkannya menduduki posisi manajer puncak dalam usia yang masih sangat muda (Jagatara Tomo no Kai Hen, 1978). Kendati demikian, perjalanan usahanya tidak selalu berjalan mulus. Okano sempat mengalami kebangkrutan besar akibat perubahan harga gula yang anjlok di pasar dan kecerobohan transaksi bawahannya (Okano, 1942). Dalam situasi sulit tersebut, Okano lebih memilih menyerahkan seluruh harta pribadinya demi melunasi utang selama belasan tahun daripada merusak nama baik dan kehormatannya sebagai pedagang (Okano, 1942).

Kegigihan moral tersebut menjadi modal utama bagi kebangkitan kembali bisnis Okano melalui pendirian usaha baru. Setelah melewati berbagai rintangan finansial, aksi boikot dagang, dan masa-masa sulit pasca-pernikahannya, Okano membuktikan bahwa kunci keberhasilan usaha eceran terletak pada kedisiplinan ekstrem, seperti membuka toko lebih awal dan menutupnya lebih larut dibanding para pesaingnya (Okano, 1942). Guna membangun kepercayaan masyarakat terhadap produknya, Okano meluncurkan merek sabun lokal bernama Dasco pada tahun 1930 untuk menantang dominasi merek global asal Barat (Okano, 1942). Melalui pengujian produk yang disesuaikan dengan kebiasaan mandi masyarakat setempat, pembagian sampel gratis, serta promosi massal di ajang pasar malam, sabun Dasco berhasil terjual jutaan buah dalam waktu singkat sebelum akhirnya terhambat oleh aturan pembatasan impor dari pemerintah kolonial (Okano, 1942).

Keberhasilan mengatasi berbagai krisis keuangan mendorong Okano untuk mewujudkan impian besarnya, yaitu mendirikan sebuah toko dengan konsep toko serba ada atau pusat

perbelanjaan modern berskala besar (Okano, 1942). Konsep pendirian model Toserba ini didasari oleh keinginan untuk menciptakan kesejahteraan bersama dengan masyarakat lokal sekaligus menjadi wadah resmi penjualan produk-produk Jepang yang bermutu dengan harga terjangkau (Jagatara Tomo no Kai Hen, 1978). Peluang emas terwujud ketika Okano berhasil menyewa sebuah gedung megah dua lantai bekas toko milik pengusaha Jerman yang tutup di Surabaya (Von Faber, 1931). Pada hari Sabtu, 21 Oktober 1933, Toko Serba Ada Chiyoda secara resmi dibuka di Jalan Tunjungan Nomor 5, Surabaya (Okano, 1942). Peresmian ini segera mendapat legalitas kuat dari pemerintah kolonial melalui pembentukan badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas dengan nama N.V. Warenhuis Tjijoda (Het Nieuws van den dag, 1934).

Pembukaan Toko Chiyoda menjadi fenomena sosial dan tontonan besar yang mengguncang kota Surabaya. Antusiasme masyarakat yang luar biasa menyebabkan kemacetan lalu lintas parah di sekitar Jalan Tunjungan akibat ratusan pengunjung yang datang berdesakan, hingga memaksa pihak kepolisian turun tangan untuk menertibkan keadaan (De Indische Courant, 1933). Di dalam gedung, kepadatan pengunjung yang berasal dari berbagai lapisan sosial, mulai dari pejabat tinggi hingga pengurus rumah tangga bias membuat karyawan toko harus saling bergandengan tangan untuk mengatur arus gerak massa di tangga (De Indische Courant, 1933). Guna menarik perhatian publik, pembukaan toko ini dirayakan dengan meriah melalui perpaduan pementasan seni tradisional, seperti tarian bunga sakura oleh gadis-gadis Jepang dan pertunjukan kesenian daerah dari Solo (De Locomotief, 1933). Kehadiran toko ini langsung menjadi pesaing berat bagi pusat belanja mewah milik pengusaha Eropa yang terletak tepat di sebelahnya (Basundoro, 2023).

Berbeda dengan pendahulu toko Jepang yang dijalankan dengan modal kecil atau sedang, Toko serba ada Chiyoda bekerja sama dengan perusahaan besar yang mana Chiyoda sendiri merupakan gabungan dari beberapa jaringan perdagangan Jepang, termasuk Marushin Yoko, Kuga & Co, dan Takenoshi Trading & Co (Astuti, 2023). Selain itu, Okano dalam strategi dagangnya di toko serba ada Chiyoda juga menjalin kerja sama dengan pihak Belanda, selaras dengan visinya untuk menjadi jembatan perdagangan antara Hindia Belanda dan Jepang. Melalui Chiyoda, Okano berhasil mengubah citra toko Jepang dari sekadar penyedia barang murah menjadi pusat perbelanjaan modern yang mampu melayani kebutuhan gaya hidup kelas atas di Hindia Belanda (Astuti, 2023).

Secara operasional, Chiyoda memperkenalkan pengalaman belanja modern yang belum pernah ada sebelumnya melalui penerapan konsep toko serba ada yang menempatkan beraneka ragam kategori barang konsumsi dalam satu atap (Aoki, 2017). Ruang pameran yang luas diatur secara rapi berdasarkan kelompok komoditas, mulai dari pakaian, kain tekstil, jam tangan, kebutuhan dapur, hingga alat olahraga dan fotografi, serta dilengkapi ruang istirahat bagi pengunjung di lantai atas (Nieuwe Provinciale Groninger Courant, 1934). Kunci keunggulan Chiyoda terletak pada kemampuan manajemen dalam mengombinasikan keahlian staf profesional Jepang dengan pelibatan ratusan pekerja dari komunitas lokal dan Tionghoa yang diperlakukan dengan prinsip kekeluargaan (De Indische Courant, 1939). Selain itu, staf toko menerapkan disiplin tinggi dengan mencatat secara rinci kebutuhan pelanggan hingga ke daerah terpencil, sebuah perhatian pada hal-hal kecil yang kerap diabaikan oleh perusahaan Barat (Post, 1994).

C. Perkembangan bisnis, dan kecurigaan upaya spionase Toko Serba Ada Chiyoda di Surabaya

Kehadiran Toko Serba Ada Chiyoda di Jalan Tunjungan segera menjadi pesaing terberat bagi pusat perbelanjaan milik pengusaha Eropa, seperti toko Whiteaway Laidlaw yang berdiri hampir bersebelahan (Basundoro, 2023). Sebagai pusat perbelanjaan terbesar Jepang di Hindia Belanda, Chiyoda mencatat rekor luar biasa dengan kunjungan mencapai ratusan ribu

orang pada hari pertama dan menembus angka jutaan orang dalam hitungan hari (Leeuwarder Courant, 1934; De Indische Courant, 1934). Toko ini membanjiri pasar dengan beragam hasil industri Jepang yang sangat murah namun berkualitas baik, mulai dari kebutuhan harian hingga barang mewah seperti piano (Algemeen Handelsblad, 1933). Banjir produk ini sempat memicu kekhawatiran dari pejabat kolonial Belanda karena memukul pedagang lokal dan menciptakan aliran uang satu arah dari saku penduduk langsung menuju Jepang (Algemeen Handelsblad, 1933). Keberadaan Chiyoda berhasil memotong rantai distribusi lama yang selama bertahun-tahun dikuasai oleh perantara Tionghoa maupun importir Eropa (Von Faber, 1931).

Kesuksesan komersial Chiyoda tidak dapat dilepaskan dari strategi periklanan yang sangat masif, terencana, dan menjadi ciri khas pergerakan ekonomi Jepang di Hindia Belanda. Chiyoda memanfaatkan media cetak lokal secara berkala dengan menyisipkan pengumuman dan seruan promosi yang memikat masyarakat lokal, kaum elit Eropa, hingga golongan Tionghoa (Soerabaijasch Handelsblad, 1933; De Indische Courant, 1933). Sejak hari pembukaannya, Chiyoda memadukan iklan belanja dengan hiburan visual melalui pemasangan spanduk besar di depan toko yang menawarkan atraksi gratis, seperti tarian tradisional Jepang Cherry Dans oleh gadis-gadis Jepang dan pertunjukan kesenian lokal Tandak Wayang dari Solo (Soerabaijasch Handelsblad, 1933; De Locomotief, 1933). Metode ini berhasil mengubah peresmian toko menjadi tontonan publik yang megah dan memperkuat daya tarik toko di mata masyarakat lintas etnis.

Selain mengandalkan daya tarik pertunjukan budaya, strategi periklanan Chiyoda sangat menonjol dalam penerapan teknik komunikasi visual dan promosi produk yang inovatif. Iklan cetak mereka kerap menggunakan ilustrasi bergaya seni modern yang anggun dan dilengkapi teks penawaran yang ditulis berulang-ulang untuk mencuri perhatian pembaca surat kabar (Soerabaijasch Handelsblad, 1934; De Indische Courant, 1934). Dalam kampanye penjualan sabun Dasco misalnya, Chiyoda menerapkan program obral dengan bonus hadiah melimpah berupa perlengkapan rumah tangga serta pakaian gratis (Soerabaijasch Handelsblad, 1934). Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mereka juga menyediakan penjualan paket hadiah akhir tahun yang ekonomis, pembagian kalender gratis melalui kupon potongan iklan, hingga promosi silang berupa pemberian sabun mandi bermerek khusus untuk setiap pembelian busana wanita (Soerabaijasch Handelsblad, 1933; De Indische Courant, 1939). Pada tanggal 21 November 1937, seiring dengan perluasan fisik gedungnya di Jalan Tunjungan Nomor 5-7, reputasi merek Chiyoda telah begitu melekat di benak masyarakat, sehingga mereka cukup memasang iklan minimalis berisi nama toko tanpa alamat, membuktikan rasa percaya diri yang tinggi atas popularitas merek mereka di ruang publik (De Indische Courant, 1937).

Secara spasial, terdapat kekeliruan sejarah yang menganggap bangunan Toko Chiyoda merupakan kelanjutan dari gedung Whiteaway Laidlaw. Berdasarkan bukti foto tampak depan bangunan dan denah rekonstruksi, kedua toko tersebut beroperasi secara bersamaan pada bangunan yang berbeda total; Whiteaway Laidlaw menempati gedung beratap kubah di Jalan Tunjungan Nomor 1 (kini Gedung Siola), sedangkan Chiyoda menempati lahan terpisah di Nomor 5-7 yang saat ini menjadi area Tunjungan Elektronik Center (De Indische Courant, 1937; Jagatara Tomo no Kai Hen, 1978).



Gambar 1. Denah Lokasi Toko Whiteaway Laidlaw dengan Toko Serba Ada Chiyoda di Jalan Tunjungan Surabaya

Sumber denah didapat dari dokumen Jagatara Tomo no Kai Hen, Jagatarakanwa : *Ran'in Jidai Hoojin no Ashiato*, Tokyo, Jagatara Tomo no Kai, 1978.



Gambar 2. Perbedaan bentuk fasad depan bangunan Toko Whiteaway Laidlaw dengan Toko Serba Ada Chiyoda

Foto sebelah kiri merupakan bangunan dari Toko Whiteaway Laidlaw milik pengusaha Inggris Robert Laidlaw, sumber, KITLV- <http://hdl.handle.net/1887.1/item:852920>

Foto sebelah kanan merupakan bangunan Toko Serba ada Chiyoda yang baru setelah perluasan toko ke sebelah selatan, sumber, diperoleh dari koleksi foto oleh Bapak Dewo Broto Hartono, Dosen Waseda University, Shinjuku, Jepang.

Memasuki tahun 1941, ketegangan politik menjelang Perang Dunia II membawa titik balik yang drastis bagi keberlangsungan bisnis Chiyoda di Surabaya. Pasca serangan militer terhadap Pearl Harbour, pemerintah kolonial Belanda melalui Komisi Hukum Masa Perang (C.R.O) mengeluarkan kebijakan tegas berupa penghentian hak pengelolaan dan penyitaan massal terhadap seluruh aset milik warga Jepang (Peter Post, 2009; De Indische Courant, 1942). Seluruh jaringan operasional N.V. Warenhuis Chiyoda resmi diambil alih dan pengelolaan sementara diserahkan kepada perusahaan dagang raksasa Borsumij di bawah pengawasan ketat pemerintah (De Sumatra Post, 1941; Soerabaijasch Handelsblad, 1942). Sebagai langkah pembersihan total, seluruh barang dagangan serta inventaris canggih milik Chiyoda mulai dari pakaian, alat optik, hingga mesin kasir dan pembuat es krim dilikuidasi secara bertahap melalui serangkaian lelang umum di Surabaya dari bulan Januari hingga Februari 1942 (Soerabaijasch Handelsblad, 1942; De Indische Courant, 1942).

Sebelum penyitaan fisik terjadi, konsulat Jepang sebenarnya telah mengoordinasikan pemulangan warga negaranya secara terorganisir menggunakan kapal-kapal evakuasi melalui pelabuhan Tanjung Perak Surabaya (Soerabaijasch Handelsblad, 1941). Sisa warga Jepang yang tertahan di kota kemudian ditangkap dan ditahan oleh otoritas keamanan Belanda di bawah undang undang perang (De Indische Courant, 1941). Setelah Jepang kalah dalam Perang Dunia II dan Belanda kembali berkuasa, gedung bekas Chiyoda dialihfungsikan

menjadi kantin militer dan pusat rekreasi bagi Korps Marinir Belanda yang diatur dengan gaya Amerika (Nieuwe Courant, 1946). Riwayat administratif dan sengketa kepemilikan kompleks properti ini sepenuhnya berakhir pada Desember 1949, ketika Direksi Pemulihan Hak (Raad voor het Rechtsherstel) menjual seluruh tanah dan bangunan Chiyoda melalui kantor notaris resmi di Surabaya (Nieuwe Courant, 1949; Java Bode, 1949).

Masifnya ekspansi ekonomi dan kehadiran komunitas Jepang sejak awal abad ke-20 melahirkan kecurigaan mendalam dari pemerintah kolonial Belanda terkait adanya aktivitas spionase (Meta Astuti, 2023). Melalui gerakan ke arah selatan atau Nanshinron, pemerintah Hindia Belanda menaruh perhatian ketat terhadap mobilitas warga Jepang yang dinilai sangat disiplin dan menyerupai gaya militer (Peattie, 1988). Intelijen politik Belanda (PID) membentuk divisi khusus untuk memantau setiap gerak-gerik komunitas ini, mulai dari pengusaha, fotografer, hingga tukang cukur, sehingga kehidupan mereka diibaratkan seperti berada di dalam "rumah kaca" yang diawasi penuh tanpa celah privat (Frederick, 1989; Tsuchiya, 1990 dalam Meta Astuti, 2008). Kecurigaan kolonial tersebut didasarkan pada laporan bahwa sebagian jaringan niaga, pelayaran, dan perkebunan besar milik Jepang secara rahasia dimanfaatkan sebagai kedok operasi pengumpulan data navigasi serta pemetaan wilayah pertahanan maritim oleh perwira militer yang menyamar (NEI Government, 1942). Upaya ini juga melibatkan koordinasi pengondisian opini publik melalui pendanaan media massa lokal dan pendekatan kemanusiaan yang hangat guna menarik simpati warga bumiputra (NEI Government, 1942). Meski pengawasan kolonial berjalan sangat ketat, kelalaian strategi pertahanan Belanda membuat data intelijen yang telah dikumpulkan secara senyap oleh jaringan ini berhasil dimanfaatkan secara optimal oleh militer Jepang dalam menentukan titik-titik pendaratan pasukan infanteri mereka pada awal tahun 1942 (Palmos, 2016).

Tabel 2. Entitas Bisnis Jepang yang Berada dalam Pengawasan Terkait Aktivitas Intelijen

Nama Entitas Bisnis	Fokus Kegiatan / Kedok Operasional	Wilayah Operasi Utama
Nanyo Warehousing Co.	Penyelundupan, propaganda, dan pengumpulan data	Umum / Strategis
Mitsui Bussan Kaisha	Mempekerjakan perwira militer samaran	Surabaya / Umum
Takenokoshi Trading Co.	Pemantauan pangkalan angkatan laut	Surabaya
Yokohama Shokai	Jaringan layanan informasi rahasia Jepang	Surabaya
Nanyo Veem & Nanyo Kaiun	Logistik dan jalur pengiriman dokumen rahasia	Surabaya / Jalur Laut
Pilot Pen Company	Pemantauan wilayah sekitar pangkalan militer	Sumatra, Jawa, Kalimantan
Bank of Taiwan	Pendanaan surat kabar dan media propaganda	Surabaya, Semarang, Umum

Sumber: Diolah dari NEI Government (1942) dan Soerabaijasch Handelsblad (1942).

Namun, penting untuk ditekankan bahwa aktivitas intelijen ini bersifat selektif dan tidak melibatkan seluruh warga sipil secara menyeluruh. Keberadaan pusat perbelanjaan raksasa seperti N.V. Warenhuis Chiyoda milik Okano Shigezo membuktikan adanya kelompok pengusaha sipil yang murni menjalankan kegiatan perdagangan komersial tanpa keterikatan langsung dengan jaringan spionase militer (NEI Government, 1942). Keterlibatan suatu badan usaha dalam radar intelijen lebih ditentukan oleh letak geografis yang strategis serta

fungsi khusus yang dibutuhkan oleh otoritas militer, bukan semata-mata didasarkan pada kesamaan asal kewarganegaraan pemiliknya (NEI Government, 1942; Soerabaijasch Handelsblad, 1942).

SIMPULAN

Pertumbuhan ekonomi di Surabaya awalnya digerakkan oleh kebijakan wajib tanam paksa pemerintah kolonial dan pesatnya industri gula pada abad ke-19, yang berhasil mengubah daerah ini dari sekadar pelabuhan biasa menjadi kota metropolitan modern yang didominasi oleh bidang industri, transportasi, dan perdagangan. Daya tarik ekonomi yang sangat kuat ini kemudian mengundang kedatangan para perantau dari negara luar termasuk Jepang melalui gerakan perluasan usaha ke wilayah selatan. Mereka merintis jaringan perdagangan dari tingkat paling bawah, mulai dari menjadi penjual keliling antardesa hingga akhirnya berhasil membangun kemitraan yang erat dengan komunitas pedagang lokal.

Puncak dari keberhasilan ekonomi Jepang ditandai oleh kiprah seorang pengusaha gigih bernama Okano Shigezo yang mendirikan Toko Serba Ada Chiyoda di kawasan strategis Jalan Tunjungan Surabaya pada tahun 1933. Pusat perbelanjaan modern dua lantai ini menjadi fenomena besar karena menawarkan pengalaman belanja baru yang mewah namun dengan harga barang yang sangat murah dan ramah di kantong masyarakat luas. Chiyoda juga dikenal menerapkan strategi periklanan yang sangat maju, ramah dalam menyambut pengunjung dari kalangan rakyat bawah, serta merekrut ratusan pekerja lokal. Pembuktian arsip iklan juga memperjelas fakta ruang kota bahwa Chiyoda berdiri sendiri di bangunan yang berbeda dengan toko Whiteaway Laidlaw (yang kelak menjadi Gedung Siola), sehingga meluruskan kekeliruan sejarah yang beredar di masyarakat selama ini.

Namun, keberadaan jaringan usaha Jepang ini harus berakhir secara drastis akibat pecahnya Perang Dunia II. Seluruh aset kekayaan mereka disita dan dilelang habis oleh pemerintah Belanda tak lama setelah ketegangan perang memuncak. Kejatuhan bisnis ini tidak lepas dari kecurigaan mendalam pihak penguasa kolonial yang menganggap kedisiplinan ekstrem, keuletan, dan luasnya jaringan dagang para pengusaha Jepang hingga ke pelosok daerah hanyalah sebuah kedok terselubung untuk memetakan pertahanan wilayah dan menjalankan misi mata-mata militer demi memuluskan penyerangan di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). (1917). *Jaarcijfers voor het koninkrijk der Nederlanden Kolonien 1909-1917*. Batavia: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). (1920). *Jaarcijfers voor het koninkrijk der Nederlanden Kolonien 1909-1920*. Batavia: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Departement van Economische Zaken. (1934). *Volkstelling 1930 deel III: inheemsche bevolking van Oost-Java*. Batavia: Landsdrukkerij.
- Jagatara Tomo no Kai Hen. (1978). *Jagatarakanwa: Ran'in Jidai Hoojin no Ashiato*. Tokyo: Jagatara Tomo no Kai.
- Netherlands East Indies Government. (1942). *Ten Years of Japanese Burrowing in the Netherlands East Indies*. New York: Netherlands Information Bureau
- Okano, S. (1942). *Nanyou no Sekatsu Kiroku*. Tokyo: Kinjou Shuppansha.
- Algemeen Handelsblad (1933, Oktober 27). Opening van een Enorm Japansch Warenhuis op Toendjoengan.
- Algemeen Handelsblad (1936, April 8). Jeugdige Dieven.
- Algemeen Handelsblad voor Nederlandsch Indie (1933, Desember 21). Japan en Ned-Indie, De Japansche Warenhuizen.
- Bataviaasche Nieuwsblad (1934, November 24). Japansche Warenhuizen.
- Bataviaasch Nieuwsblad (1940, Mei 31). Indie en Japan.

- De Avondpost (1934, Desember 30). Japansche Warenhuizen.
De Indische Courant (1933, Oktober 23). Tjijoda, een enorme drukte.
De Indische Courant (1933, November 3). Jeugdige frischheid.
De Indische Courant (1933, Desember 8). Kerst-Cadeaux slechts bij het Warenhuis Tjijoda.
De Indische Courant (1934, Januari 30). Dames, Bezoekt onze damesmode-afdeeling!!
De Indische Courant (1934, Februari 1). Tjijoda, Wat Gebeurt er te Soerabaia vanaf Heden tot 15 Februari?.
De Indische Courant (1934, Februari 10). Dasco Zeep Gratis.
De Indische Courant (1934, Februari 14). Speciale Aanbieding van de bekende Eagle Thermosflesschen.
De Indische Courant (1934, Februari 22). Brieven uit Japan.
De Indische Courant (1934, Februari 24). Speciale Uitverkoop van Parceleinwerk.
De Indische Courant (1934, Februari 28). Deze Prijzen zijn uitsluitend als een Extra Reclame Bedoeld.
De Indische Courant (1934, Februari 17). N.V. Warenhuis Tjijoda.
De Indische Courant (1935, Januari 23 & 24). Behang! Een keurcollectie Niet afgevend behang.
De Indische Courant (1937, Januari 8). Bij een National Feest Behooren Illuminatie Lampen.
De Indische Courant (1937, Desember 10). Reuzen Koopjes.
De Indische Courant (1937, Desember 31). Tjijoda, p.f. 1-1-1938.
De Indische Courant (1938, Januari 8). Voor de a.s. Feestdagen Feestartikelen.
De Indische Courant (1938, Agustus 12). De Jubileum-Feesten.
De Indische Courant (1938, November 4). De Regentijd breekt aan! Koopt Nu Onze Waterproof Regenjassen.
De Indische Courant (1939, Januari 17). Speciale Aanbieding!!, Silko Dameskousen.
De Indische Courant (1939, Februari 13). Ons Heeren Ondergoed.
De Indische Courant (1939, Juli 27). Uit De Geschiedenis van een Groot Warenhuis.
De Indische Courant (1939, Oktober 6a). Gezocht Chineesch Employe.
De Indische Courant (1939, Oktober 6b). Voor Kantoorgebruik Kanebo Overhemden.
De Indische Courant (1939, Oktober 26). Verleende bewilligen.
De Indische Courant (1939, Desember 19). Nieuwe Collecties Pas Ontvangen - Kalender 1940 Cadeau.
De Indische Courant (1939, Desember 30). Begint Het Nieuwe Jaar dengan uw Huis te Laten Behangen door Tjijoda.
De Indische Courant (1940, Januari 2). De Kalenderstroom.
De Indische Courant (1941, November 7). Repatrieerende Japanners.
De Indische Courant (1941, November 10). Vertrekkende Japanners.
De Indische Courant (1941, Desember 8). Honderd Japansche Ingezetenen Geïnterneerd.
De Indische Courant (1941, Desember 27). Bekendmaking.
De Indische Courant (1942, Januari 10). Soerabaia, Vendutie Warenhuis Tjijoda.
De Indische Courant (1942, Januari 15). Vendutie Warenhuis Tjijoda.
De Indische Courant (1942, Februari 7). Vendutie Warenhuis Tjijoda.
De Indische Courant (1942, Februari 14). Bekendmaking.
De Koerier (1937, Januari 15). Voor den Landrechter Een trai tweektal.
De Koerier (1938, April 5). Voor de Paaschvacantie.
De Locomotief (1933, Oktober 24). Een Japansch... Warenhuis!.
De Locomotief (1933, Oktober 30). [Foto] Situatie voor Warenhuis Tjijoda.
De Locomotief (1933, November 1). [Foto] Binnenkant Warenhuis Tjijoda.
De Sumatra Post (1934, November 30). Japansche Warenhuizen.
De Sumatra Post (1941, Desember 27). Bekendmaking.

- De Telegraaf (1934, Januari 6). Japansche Warenhuizen In Ned-Indie.
- De Telegraaf (1934, Desember 9). Japansche Warenhuizen.
- Haagsche Courant (1934, Desember 21). Japansche Warenhuizen.
- Het Nieuws van den dag voor Nederlandsch Indie (1933, Desember 9). Japan en Ned-Indie, De Japansche Warenhuizen.
- Het Nieuws van den dag voor Nederlandsch Indie (1934, Februari 19). Naamlooze Vennootschappen.
- Het Nieuws van den dag voor Nederlandsch Indie (1934, Juni 21). Drukkerijen te Soerabaia.
- Java Bode: nieuws handels- en advertentieblad voor Nederlandsch Indie (1949, November 23). Te Koop.
- Leeuwarder Courant (1934, Maret 30). Japan en Indie.
- Leeuwarder Nieuwsblad: Goedkoop Advertentieblad (1934, Januari 16). Japansche Warenhuizen, Een beschouwing van Japansche zijde.
- Nieuwe Courant (1946, April 10). De O. & O. Afdeling Der Iste Mariniers Brigade Te Soerabaja.
- Nieuwe Courant (1949, Juli 11 & November 21). Te Koop.
- Nieuwe Courant (1949, Maret 25). Gevraagd.
- Nieuwe Provinciale Groninger Courant (1934, Januari 8). Japansche Warenhuizen in Ned-Indie.
- Soerabaijasch Handelsblad (1933, Oktober 19). Mededeling: Warenhuis Tjijoda.
- Soerabaijasch Handelsblad (1933, Desember 1). Cadeaux voor a.s.
- Soerabaijasch Handelsblad (1933, Desember 18). Speciale Kerstmis en Nieuwjaarsverkoop.
- Soerabaijasch Handelsblad (1934, Januari 6). Speciale Uitverkoopweek Dasco Zeep.
- Soerabaijasch Handelsblad (1938, Oktober 10). De Nieuwste Matrozen-Pakjes Met Anker-Broche.
- Soerabaijasch Handelsblad (1938, Agustus 12). Voor de Jubileum-feesten.
- Soerabaijasch Handelsblad (1941, November 7). Repatrieerende Japanners.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Januari 10). Enorme Vendutie.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Januari 12). Vendutie-Agenda.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Januari 21). Vendutie-Agenda.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Januari 26a). Slot Spionnage.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Januari 26b). Vendutie Warenhuis Tjijoda.
- Soerabaijasch Handelsblad (1942, Februari 14). Bekendmaking.
- Astuti, M. S. P. (2008). *Apakah Mereka Mata-Mata? Orang-Orang Jepang di Indonesia 1868-1942*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Basundoro, P. (2013). *Merebut Ruang Kota: Aksi Rakyat Miskin Kota Surabaya 1900-1960an*. Tangerang: Marjin Kiri.
- Basundoro, P. (2023). *Pengantar Kajian Sejarah Ekonomi Perkotaan Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Boedhimoerdono. (2003). *Jalan Panjang menuju Kota Pahlawan*. Surabaya: Pusura.
- Darsono, dkk. (2018). *Membangun Infrastruktur, Membuat Ketahanan Ekonomi: Dinamika Kota Surabaya dan Jawa Timur Sebagai Penyangga Ekonomi Bangsa*. Jakarta: Bank Indonesia Institute.
- Dick, H. (2002). *Surabaya City of Work: A Socioeconomy History 1900-2000*. Athens: Ohio University Press.
- Frederick, W. H. (1989). *Visions and Heat: The Making of the Indonesian Revolution*. Athens: Ohio University Press.
- Furnivall, J. S. (1967). *Netherlands India: A Study of Plural Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Goto, K. (1998). Jepang dan Pergerakan Kebangsaan Indonesia. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Higgins, B. (1963). Indonesia: The Crisis of the Millstones. New Jersey: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Indayani, L., dkk. (2022). Buku Ajar Manajemen Ritel. Sidoarjo: Umsida Press.
- Mook, H. J. van. (2010). *The Netherlands Indies and Japan Their Relation 1940-1941*. London: Routledge.
- Nasution. (2006). Ekonomi Surabaya Pada Masa Kolonial (1830-1930). Surabaya: Pustaka Intelektual.
- Niel, R. van. (2003). *Sistem Tanam Paksa di Jawa*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Palmos, F. (2016). Surabaya 1945 Sakral Tanahku. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ricklefs, M. C. (1991). Sejarah Indonesia Modern. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Siahaan, B. (1996). Industrialisasi di Indonesia: Sejak Hutang Kehormatan sampai Banting Stir. Jakarta: Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
- Von Faber, G. H. (1931a). *Oud Soerabaia: de geschiedenis van indies eerste koopstad van de oudste tijden tot de instelling van den gementeraad (1906)*. Surabaya: Gemeente Soerabaja.
- Von Faber, G. H. (1931). *Nieuw Soerabaia: De Geschiedenis van Indië's Voornaamste Koopstad in de Eerste Kwarteeuw sedert hare Instelling 1906-1931*. Soerabaia: H. van Ingen.
- Astuti, M. S. P. (2017). *Japanese Commodities and Formation of Japan Imagery in Colonial Indonesia: The Case Study of Jintan Pills and Its Trademark*. Disertasi Doktor Tahun Anggaran Heisei 29.
- Boomgaard, P. & I. Brown (Eds.), (2000). Weathering the Storm: The Economies of Southeast Asia in the 1930s Depression (hlm. 23-44). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Nasution. (2011). Economic Development of Colonial Surabaya and Its Implication to Natives 1830-1930. *Historia: International Journal of History Education*, 12(1), 61-72.
- Luqyana, S. (2019). *Aktivitas Perekonomian Jepang di Surabaya 1902-1942* (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Post, P. (1994). Characteristics of Japanese Entrepreneurship in the Pre-War Indonesian Economy. Dalam J. T. Linblad (Ed.), *Historical Foundations of a National Economy in Indonesia 1890s-1990s* (hlm. 289-312). Amsterdam: Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences.
- Post, P. (2009). Indonesianisasi and Japanization: The Japanese and the Shifting Fortunes of Pribumi Entrepreneurship. Dalam J. T. Linblad & P. Post (Eds.), *Indonesian Economic Decolonization in Regional and International Perspective* (hlm. 55-78). Leiden: KITLV Press.
- Shimizu, H. (1988). Dutch-Japanese Competition in the Shipping Trade on the Java-Japan Route in the Inter-war Period. *Southeast Asian Studies*, 26(1), 3-23.
- Sugiyama, S. & M. C. Guerrero (Eds.), (1994). The Expansion of Japan's Cotton Textile Exports into Southeast Asia. *International Commercial Rivalry in Southeast Asia in the Interwar Period* (hlm. 41-62). New Haven: Yale University Press.
- Wardoyo, S. (2019). "Strategi Dagang dan Permasalahan Toko Jepang di Hindia Belanda Sebelum Perang Dunia II." *Izumi, ejournal undip*, Vol. 8, No.1: 38-51.