

Pasar Seni sebagai Manifestasi Ekonomi Pengalaman Warisan Budaya

Central Market as a Manifestation of Experience Economy in Cultural Heritage

Alyaanur Hazwani binti Azahar
¹Hamzah Jusoh

Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia

¹Correspondence: hj@ukm.edu.my
A160582@siswa.ukm.edu.my

ABSTRAK

Ekonomi pengalaman merupakan satu pendekatan dalam meneliti kesanggupan seseorang mendapatkan kepuasan terhadap sesuatu barangan atau perkhidmatan. Sebagai sebuah negara yang mempunyai pelbagai keunikan warisan budaya, Malaysia dikatakan menawarkan tahap ekonomi pengalaman yang tinggi terutamanya kepada para pelancong. Persoalannya, sejauhmanakah Malaysia berupaya menarik para pelancong bagi membelanjakan sebahagian daripada belanjawan pelancongan bagi menikmati pengalaman-pengalaman unik di negara ini. Berdasarkan kes kajian di Pasar Seni Kuala Lumpur, kajian ini cuba menilai keupayaan premis warisan budaya ini mencetuskan ekonomi pengalaman dalam kalangan pelancong berdasarkan empat elemen utama ekonomi pengalaman, iaitu pendidikan, hiburan, estetika dan eskapis. Sejauhmanakah elemen-elemen ini telah mempengaruhi kunjungan pelancong ke Pasar Seni, yang dikatakan sebagai sebuah pusat warisan budaya. Kajian ini dilakukan melalui kaedah pengedaran borang soal kepada para pelancong yang telah mempunyai pengalaman dengan Pasar Seni. Berdasarkan kajian, didapati bahawa sebahagian daripada elemen-elemen ekonomi pengalaman telah diserapkan dalam aktiviti perniagaan dan perkhidmatan yang ditawarkan dalam Pasar Seni. Para pelancong didapati berpuas hati dengan elemen-elemen yang diterapkan di Pasar Seni. Elemen kraftangan merupakan elemen yang paling banyak menarik minat pengunjung untuk datang ke Pasar Seni. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa elemen ekonom pengalaman dari sudut hiburan dan eskapis adalah elemen paling berpengaruh di Pasar Seni. Namun demikian, kebanyakan pengalaman yang diperolehi tidak sepenuhnya memantapkan keunikan warisan budaya di Malaysia dan ini memerlukan penambahbaikan dari pelbagai aspek terutama dari sudut memperkasakan lagi promosi, gastronomi dan perkhidmatan di Pasar Seni untuk menjadikan Pasar Seni sebagai lokasi yang lebih menarik dan unik di kalangan pengunjung dalam dan luar negara.

Kata kunci: *Ekonomi pengalaman, pendidikan, eskapis, estetika, hiburan, warisan budaya*

1. Pengenalan

Malaysia merupakan sebuah negara yang mempunyai industri pelancongan yang signifikan dalam perkembangan ekonomi negara Malaysia. Pelancongan budaya juga merupakan salah satu industri yang boleh dikaitkan dengan ekonomi pengalaman. Pengalaman boleh dikatakan sebagai imej destinasi dan lokasi yang memberi kepuasan kepada pelancong. Sehingga kini,

terdapat banyak definisi yang membincangkan tentang ekonomi pengalaman. Ianya mudah disimpulkan sebagai “aktiviti ekonomi yang berkaitan dengan pengalaman pembeli”. Ekonomi pengalaman ini dapat digambarkan dengan jelas apabila pembeli itu sendiri mengeluarkan belanja untuk mendapatkan pengalaman persekitaran mereka seperti pelayan yang ramah, tempat yang selesa dan eksklusif serta nampak seperti dalam kehidupan mewah. Pelancong tidak merasakan perbelanjaan yang dikeluarkan sebagai satu pembaziran sebaliknya sebagai satu pengalaman yang menarik dalam aktiviti pelancongan mereka. Pengalaman yang diperoleh oleh pelancong ini boleh digambarkan sebagai ekonomi pengalaman.

Pelancongan adalah perintis contoh dalam membincangkan tentang ekonomi pengalaman kerana ianya juga telah dibincangkan dalam kajian sebelum ini iaitu pada 1970 seperti Cohen (1979). Pengalaman pelancong dijangkakan sepatutnya unik, menyentuh emosi dan mempunyai nilai personal yang tinggi (McIntosh & Siggs, 2005) Namun demikian, kajian ilmiah terhadap konsep dan ukuran dalam pengalaman pelancong seperti ini kurang dijalankan. Pelancongan budaya dan ekonomi pengalaman merupakan bidang besar yang boleh dibincangkan dan lokasi sesuai untuk perbincangan ini adalah di Pasar Seni, Kuala Lumpur.

Pasar Seni merupakan kawasan yang memberi faedah kepada ekonomi negara kerana pelancong datang dan berbelanja di Pasar Seni, Kuala Lumpur. Pelancong akan berbelanja untuk makan dan minum makanan tradisional untuk merasai sendiri kehidupan sebagai rakyat Malaysia yang kaya dengan tradisi dan adat istiadat. Di Pasar Seni juga ada menawarkan festival dan program yang melibatkan penglibatan pengunjung dengan caj-caj yang tertentu. Caj-caj ini mungkin berbeza mengikut aktiviti yang ditawarkan. Dalam menilai pengaruh ekonomi pengalaman sesuatu terhadap pelancong, pengkaji mengukur anggaran perbelanjaan pelancong sepanjang tempoh berada di kawasan pelancongan tersebut Anggaran perbelanjaan yang diperolehi di hasil kajian ini membantu untuk membantu pengkaji menilai sejauh mana kesanggupan pelancongan untuk berbelanja bagi mendapatkan ekonomi pengalaman. Sekaligus menguatkan lagi hujah dalam menilai tahap ekonomi pengalaman yang paling signifikan di kawasan kajian.

2. Sorotan Literatur

2.1 *Ekonomi Pengalaman*

Terdapat beberapa kajian yang telah dijalankan mengenai ekonomi pengalaman dan kajian yang dijalankan mempunyai objektif yang berbeza dan lokasi kajian yang berbeza. Pengkaji telah mengambil peluang untuk menjalankan kajian berkaitan ekonomi pengalaman yang berkaitan dengan warisan budaya di Malaysia. Hal ini demikian kerana tidak banyak kajian yang dijalankan di Malaysia yang menyentuh tentang ekonomi pengalaman yang dikaitkan dengan warisan budaya di Malaysia. Berdasarkan kepada penelitian pengkaji, ada beberapa kajian ekonomi pengalaman dalam bidang lain yang telah dijalankan dan ianya akan dibincangkan lebih lanjut dalam bahagian ini.

Kajian “Penjanaan Ekonomi Pengalaman Dalam Sektor Kesihatan: Kajian Kes Bnadar Baru Bangi” (Habibah, Hamzah & Noor Alyani, 2016) adalah kajian yang mengaitkan ekonomi pengalaman dengan sektor kesihatan. Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk menilai tahap pencapaian ekonomi pengalaman dalam sektor kesihatan di Bandar Baru Bangi yang terkenal dengan status bandar Ilmu. Kajian dilakukan melalui kaedah pemerhatian, pengedaran borang soal selidik dan temubual bersama 30 orang responden pengusaha permis dengan menggunakan persampelan bertujuan. Hasil kajian ini menampilkan cabang ekonomi pengalaman yang paling menonjol di kawasan kajian dan

pengalaman estetika merupakan pengalaman yang paling banyak ditonjol kerana berlaku banyak interaksi antara pengusaha dan pelanggan dan premis juga menyediakan persekitaran yang selesa.

Terdapat juga kajian yang mengaitkan ekonomi pengalaman dan warisan budaya dan kebanyakannya dijalankan di luar Malaysia. Antaranya adalah kajian “*Creating a Heritage Tourism Experience, The Power of the Senses*” di Muzium Croatian yang mengaplikasikan prinsip cabang oleh Pine dan Gilmore dalam ekonomi pengalaman dengan matlamat untuk mewujudkan kawasan yang lebih kreatif, lebih diingati dalam kalangan pelancong. Muzium tersebut adalah Batana Eco Tourism, Muzium Krapa Nean Deartual dan Broken Relation. Ketiga-tiga muzium ini mempunyai tarikan budaya ruang berbeza. Pengkaji ini menggunakan kaedah kuantitatif iaitu teknikal separa-stuktur. Soalan-soalan yang dinyatakan kepada responden adalah berpandukan Pine dan Gilmore. Hasil kajian mendapati pengkaji kajian ini meletakkan tema bagi pengalaman yang wujud di Muzium tersebut berdasarkan kepada tiga tema iaitu *local*, *personal* dan *world*. Hasil kajian juga telah mengenalpasti teknik penglibatan yang digunakan di muzium untuk menarik pelancong selain mengetahui kewujudan pertembungan dengan lima naluri manusia.

“*An examination of the Museum experience based on Pine and Gilmore’s Experience economy realms*” (Laestia Radder, Xolirang Han, 2015) pula mengkaji kewujudan prinsip Pine dan Gilmore dalam kalangan pelancong di muzium warisan Afrika. Kajian ini mengkaji kepuasan dan tingkahlaku pengunjung dalam memperoleh ekonomi pengalaman dengan melihat kesanggupan untuk melawat semula dan menyebarkan lokasi tersebut kepada orang lain (*word-of-mouth*). Soal-selidik diedarkan kepada 3% purata sepanjang di muzium. Pengkaji menganalisis menggunakan SPSS 15, Amos 7 *Software Packages* untuk analisis deskriptif, *Explanatory Factor Analysis* (EFA), *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), *Multiple Regression Analysis* (MRA).

Menurut Johnston dan Kong (2011), Pine II dan Gilmore (1998, 1999) adalah orang pertama yang menjelaskan tentang ekonomi pengalaman. Terdapat tiga literatur yang menceritakan tentang ekonomi pengalaman iaitu dari sudut kepentingan ekonomi pengalaman, empat elemen dalam ekonomi pengalaman dan bentuk ekonomi pengalaman itu sendiri. Gross dan Pullman (2012) menfokuskan kajian mereka kepada konsep ekonomi pengalaman dalam industri pekhidmatan. Ini ditekankan dalam kajian ‘*Design in the Experience Economy: Using Emotional Design for Service Innovation*’ (Ahmad Beltagui, Marina Candi, Johann C.K.H. Riedel) yang mengkaji rekabentuk emosi dan pengalaman pelanggan. Kajian ini memberi kefahaman tentang matlamat kepuasan pelanggan dalam membantu merangka semula bentuk pengurusan syarikat dalam memuaskan hati pelanggan sekaligus memastikan ekonomi pengalaman itu meningkat.

Kesemua kajian ini telah memberi ilham kepada pengkaji untuk menghasilkan satu kajian yang menyentuh ekonomi pengalaman dan warisan budaya Malaysia kerana ianya pasti mendatangkan banyak manfaat kepada banyak pihak terutama di sektor pelancongan.

3. Metodologi Kajian

Rekabentuk kajian berperanan untuk memperoleh data atau maklumat. Rekabentuk kajian ini adalah berbentuk deskriptif dan pengkaji menggunakan kaedah kuantitatif sebagai pendekatan untuk mendapatkan data yang lebih tepat dan tetap. Kaedah ini kelihatan lebih mudah bagi pengkaji untuk mendapatkan maklumat daripada responden dan lebih mudah untuk melakukan penganalisan. Kaedah kuantitatif yang dilaksanakan adalah dengan mengedarkan borang soal selidik. Kaedah pengedaran borang soal selidik lebih praktikal digunakan dalam meningkatkan ketepatan dan kebenaran gerak balas yang diberikan oleh

responden. Kaedah kuantitatif ini diaplikasikan untuk mengumpul data dan analisis data kerana ia mudah untuk difahami dan tidak memerlukan banyak prosedur untuk menganalisis data yang diperolehi. Ia juga amat praktikal untuk dilaksanakan kerana ianya memerlukan masa yang singkat untuk melengkapkan set soal selidik yang diberikan. Tumpuan diberikan kepada pelancong yang datang ke Pasar Seni, Kuala Lumpur untuk melihat seni kraftangan, membeli makanan dan berjalan-jalan melihat barangan-barangan yang dijual di sekitar Pasar Seni, Kuala Lumpur. Kajian ini adalah untuk membantu pihak pengurusan dalam memastikan keunikan di pusat warisan budaya akan kekal selamanya.

3.1 Populasi

Populasi kajian terdiri daripada pengunjung yang singgah ke Pasar Seni yang dianggarkan berjumlah 7,143 pengunjung sehari. Daripada jumlah tersebut, pengkaji melakukan pemerhatian dan dianggarkan seramai 250 pengunjung singgah dan meluangkan masa di Pasar Seni di antara jam satu petang sehingga lima petang. Pengkaji mengambil inisiatif ini dengan merujuk kepada jumlah populasi jadual Krejcie dan Morgan, seramai 148 orang pengunjung telah diambil sebagai sampel kajian. Jumlah ini melebihi 30% daripada jumlah populasi pada tempoh tersebut. Dalam teori kaedah penyelidikan, jumlah yang lebih banyak adalah lebih baik dan lebih diyakini dalam analisis kajian serta dapat mengurangkan ralat persampelan.

3.2 Instrumen

Instrumen utama yang digunakan dalam kajian ini adalah soal-selidik yang mengandungi soalan mengenai elemen-elemen pengalaman yang disediakan oleh pengkaji untuk menilai tahap pengaruh ekonomi pengalaman di Pasar Seni, Kuala Lumpur dan pengiktirafan Pasar Seni sebagai Pusat Warisan budaya dan ekonomi pengalaman.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Kajian ini menggunakan data sekunder dan data primer di mana data sekunder diperolehi melalui sumber massa yang merujuk kepada jurnal kajian lepas, rekod dan peta khususnya yang berkaitan dengan tajuk dan tujuan kajian. Data primer pula diperolehi melalui kaji selidik dan pemerhatian yang dilakukan di lapangan. Kerja lapangan dan gerak kerja selidik dilakukan di Pasar Seni, Kuala Lumpur selama empat hari dari jam satu petang sehingga lima petang.

Selain itu, pihak pengkaji juga mengambil inisiatif untuk melakukan pemerhatian terhadap semua tarikan yang ada di Pasar Seni untuk dijadikan sebagai hujah dalam menjawab persoalan mengenai pengiktirafan Pasar Seni sebagai lokasi wahana ekonomi pengalaman warisan budaya.

3.4 Analisa Data

Data dianalisis secara kuantitatif sejajar dengan pendekatan kajian. Data empirikal tentang ekonomi pengalaman di Pasar Seni, Kuala Lumpur ini diproses dan dianalisis dengan menggunakan perisian statistik SPSS.

4. Dapatan Dan Perbincangan

4.1 Mengenalpasti Elemen-elemen Tarikan dalam Konteks Ekonomi Pengalaman di Pasar Seni

Responden telah diminta memberi pandangan mereka mengenai elemen-elemen yang menjadi tarikan dalam konteks ekonomi pengalaman di Pasar Seni dan elemen kraftangan

mendapat peratusan tertinggi, iaitu sebanyak 51% diikuti dengan promosi di Pasar Seni dan warisan budaya yang dipaparkan di Pasar Seni yang mendapat 49% dan 47% seperti dilihat dalam Rajah 1.0. Pasar Seni, Kuala Lumpur merupakan pusat yang terkenal sebagai pusat warisan budaya pelancongan kepada pelancong domestik dan luar negara dan mempunyai pelbagai pusat aktiviti seperti pusat membeli, gastronomi, pusat persembahan budaya dan ianya memegang status sebagai tapak warisan dunia oleh UNESCO.

Sebab utama elemen kraftangan ini mendapat perhatian pengunjung adalah reka bentuk dan suasana di kelas mencanting batik di premis Pasar Seni memanifestasi kepada keunikan warisan budaya, selain itu, kebanyakan daripada pengunjung turut bersetuju bahawa pengunjung diberi penerangan lanjut mengenai sejarah batik di Malaysia apabila memasuki sesebuah premis. Selain itu, promosi yang dijalankan oleh pihak pengurusan Pasar Seni sedikit sebanyak telah mendapat perhatian pengunjung apabila adanya demo promosi yang dilakukan oleh staf di sesebuah premis. Tamsilnya, pekerja yang bekerja di premis yang menjual batik akan menceritakan asal usul sejarah batik kepada pengunjung namun tidak kesemua pengunjung dapat merasai pengalaman tersebut. Hal ini demikian kerana pekerja kebanyakannya akan menyampaikan maklumat tersebut apabila pengunjung itu sendiri yang bertanya soalan tersebut kepada pekerja.

Warisan budaya yang utama di Malaysia turut mendapat perhatian kerana kebanyakan pengunjung bepuas hati dan beminat untuk memasuki sesebuah kedai dan mendapatkan perkhidmatan apabila adanya tarikan identiti di kedai tersebut, Pengkaji mengambil contoh salah satu lorong di Pasar Seni yang menjual pelbagai produk dan menyediakan pelbagai perkhidmatan. Antaranya adalah lorong India yang melakukan perkhidmatan inai sebagai salah satu tarikan kepada pengunjung di Pasar Seni. Kebanyakan daripada pengunjung di Pasar Seni tidak melepaskan peluang untuk mencanting inai di tangan. Sebahagian daripada pengunjung turut menyedari akan info sejarah inai di sesebuah kedai namun tidak secara majoriti kerana kebanyakan daripada pengunjung lebih menfokuskan kepada harga yang ditawarkan dalam perkhidmatan tersebut.

RAJAH 1. Elemen tarikan ekonomi pengalaman di Pasar Seni



4.2 Tahap Pengaruh Ciri-ciri Ekonomi Pengalaman kepada Pengunjung di Pasar Seni

Hasil analisis mendapati terdapat pelbagai perspektif yang dikemukakan oleh responden terhadap pengaruh ciri-ciri ekonomi pengalaman di Pasar Seni, Kuala Lumpur. Atribut yang dikemukakan bukan sahaja untuk mengesan tahap pengaruh, namun ia adalah sebagai penentu pengukuran kepada sesuatu elemen yang menjadi tarikan utama di Pasar Seni, Kuala Lumpur. Kajian ini menggunakan min untuk menyimpulkan maklumat secara numerik, iaitu

dengan sesuatu pemboleh ubah penyelidikan satu persatu (Khamdani, 2012). Jadual 1 menunjukkan klasifikasi yang digunakan dalam hasil kajian ini yang terdiri daripada tiga tahap iaitu tinggi, sederhana dan rendah. Seterusnya, analisis data primer kajian ini dipersembahkan dalam bentuk jadual.

JADUAL 1. Klasifikasi tahap min

Nilai min	Tahap klasifikasi
1.00 – 2.33	Rendah
2.34 – 3.66	Sederhana
3.67 – 5.00	Tinggi

Sumber: Pallant, 2007

Jadual 2 menunjukkan keseluruhan nilai min untuk setiap atribut dalam setiap elemen yang merangkumi julat nilai 3.40 sehingga 3.93. Ini menunjukkan keseluruhan atribut tersebut adalah berada pada tahap klasifikasi “tinggi” iaitu penting dalam mempengaruhi pengunjung di Pasar Seni. Nilai min yang paling tinggi adalah atribut bagi elemen eskapis iaitu “Pengunjung berpuas hati dengan staf di kedai ini dan selesa akan perkhidmatan yang ditawarkan oleh staf”. Tamsilnya pengunjung berpuas hati dengan layanan staf apabila pengunjung menyertai program seperti ‘*Cultural Heritage Tour Programme*’ kerana pengunjung diberi penerangan lanjut dan staf akan memastikan pengunjung merasai kesemua aktiviti yang ditawarkan. Ini menunjukkan bahawa staf di Pasar Seni, Kuala Lumpur sangat mesra bijak menawan hati pelanggan dalam menjadikan perjalanan di Pasar Seni itu lebih bermakna. Selain itu, antara elemen yang memberi pengaruh mendalam dalam kalangan pengunjung adalah dari elemen estatik yang dizahirkan oleh sebahagian premis di Pasar Seni. Jika dilihat, nilai skor min bagi atribut estatik iaitu “pengunjung teruja akan persembahan dan demonstrasi inai yang dilakukan ke atas pengunjung lain” adalah 3.92. Pengkaji memilih kedai inai sebagai salah satu kedai untuk menganalisis tarikan hiburan ditawarkan kerana perkhidmatan inai merupakan perkhidmatan yang mudah untuk didapati di kebanyakan kedai di Kuala Lumpur. Ini dapat disimpulkan elemen hiburan yang ditawarkan di Pasar Seni memberi pengaruh yang besar dalam kalangan pengunjung selepas elemen eskapis. Berdasarkan kepada pemerhatian pengkaji, elemen hiburan yang dipamerkan adalah unik dan hasil seninya unik berbanding kedai-kedai lain yang menjadikan pengunjung tertarik dengan perkhidmatan inai tersebut. Persembahan oleh kebanyakan premis yang terdapat di Pasar Seni juga dilihat bukan sahaja menarik pelancong untuk mendalami serta menghayati sesuatu pengalaman dengan lebih mendalam, hiburan di Pasar Seni juga dilihat mampu menambah input pengetahuan dalam kalangan pengunjung kerana majoriti daripada pengunjung menyokong atribut “Persembahan ini telah menambah input pengetahuan pengunjung mengenai keunikan kepelbagaian budaya di Malaysia” dan ini membawa kepada skor min 3.83 yang membuktikan bahawa elemen hiburan di Pasar Seni adalah penting dan harus ditambahbaik bagi menambah lagi bilangan pengunjung di masa hadapan.

JADUAL 2. Tahap Pengaruh Ciri-ciri Ekonomi Pengalaman kepada Pengunjung di Pasar Seni

ELEMEN	Nilai min
Hiburan	
Pengunjung tertarik dengan hiburan yang ditawarkan di Pasar Seni	3.82
Pengunjung berasa terangsang secara emosi dan teruja akan hiburan yang diadakan di muzium ini	3.61
Pengunjung terhibur akan persembahan atau demonstrasi yang dilakukan	3.80
Pengunjung teruja akan persembahan dan demonstrasi inai yang dilakukan ke atas pengunjung lain	3.92
Fasiliti hiburan dan persembahan penyediaan makanan di restoran-restoran sangat menghiburkan pengunjung	3.63
Pengunjung tertarik untuk menyertai program yang ditawarkan di Pasar Seni	3.71
Persembahan ini di Pasar Seni adalah pelbagai dan unik di mata pelancong	3.78
Estetik	
Pengunjung dapat merasai pengalaman ketenangan jauh dari kesibukan orang ramai	3.66
Pengunjung berasa seperti berada di luar realiti	3.40
Pengunjung berpuas hati dengan pengalaman mencanting batik di Pasar Seni walaupun terdapat caj yang dikenakan	3.60
Pengunjung sanggup membayar untuk mendapatkan pengalaman melukis inai di tangan berbanding perkhidmatan lain	3.56
Pelancong berasa seperti rakyat Malaysia apabila makan di restoran di Pasar Seni	3.66
Pengunjung merasakan pengalaman yang diperoleh adalah bernilai	3.81
Pengunjung mendapat pengalaman yang unik dan merasai bebas dari gangguan sosial	3.80
Eskapis	
Pengunjung berpuas hati dengan staf di kedai ini dan selesa akan perkhidmatan yang ditawarkan oleh staf	3.93
Pengunjung kini merasakan kepelbagaian budaya ini harus dihargai dan dipelihara	3.72
Pengunjung berpuas hati dengan suasana sekitar perniagaan kraftangan yang manifestasi sepenuhnya cantingan batik	3.73

Pengunjung merasai pengalaman yang berbeza dan unik setelah mendapatkan pengalaman melukis inai di tangan dan dikelilingi dengan suasana seperti di India	3.70
Pengunjung berasa pengalaman yang diperoleh ini sukar untuk diperoleh di tempat lain dan ianya sungguh bernilai	3.60
Pengunjung berpuas hati akan layanan staf di Pasar Seni	3.76
Pengunjung berasa harmoni dengan suasana yang diwujudkan dari persembahan	3.76

Pendidikan

Pengunjung mendapat ilmu pengetahuan yang baru apabila memasuki kedai ini	3.7
Info di Muzium ini menambah ilmu pengetahuan yang sedia ada di kalangan pengunjung	3.70
Banyak pengetahuan yang diperoleh pengunjung apabila pengunjung merasai sendiri pengalaman mencanting batik	3.73
Pengunjung berpeluang menimba maklumat baharu tentang sejarah inai setelah membaca info-info yang disediakan	3.66
Pengunjung kini mengetahui jenis-jenis dan nama makanan tradisional di Malaysia	3.80
Pengunjung mudah untuk mendapatkan maklumat mendalam mengenai warisan budaya di Malaysia kerana staf yang berpengetahuan	3.68
Persembahan ini telah menambah input pengetahuan pengunjung mengenai keunikan kepelbagaian budaya di Malaysia	3.83

Jadual 3 menunjukkan jumlah perbelanjaan yang dikeluarkan oleh pengunjung di Pasar Seni, Kuala Lumpur dan secara majoritinya pengunjung berbelanja kurang daripada RM 100 iaitu seramai 71 (48%) orang responden yang menyokong pernyataan tersebut. Manakala, jumlah pengunjung yang berbelanja RM 500 mencatatkan rekod yang paling sedikit iaitu seramai tujuh orang sahaja dengan peratus (5%). Ini dapat diringkaskan bahawa lebih daripada 80% dari kalangan pengunjung berbelanja kurang daripada RM 300 ketika berada di Pasar Seni. Ini berkemungkinan kerana harga yang ditawarkan di Pasar Seni adalah mahal dan di luar kemampuan di kebanyakan pengunjung. Walaupun banyak tarikan dan keunikan di Pasar Seni, namun pengunjung tidak mampu untuk berbelanja banyak di Pasar Seni kerana harga yang sukar mampu milik.

JADUAL 3. Jumlah perbelanjaan oleh pengunjung di Pasar Seni

	Frekuensi	Peratus (%)
Kurang daripada RM100	71	48
RM101-RM200	24	16
RM201-RM300	22	15
RM301-RM400	8	5
RM401-RM500	5	3
RM500 ke atas	7	5

4.3 Cadangan dalam Kalangan Pengunjung untuk Memperkasakan Pasar Seni sebagai Pusat Warisan Budaya

Terdapat pelbagai cadangan yang dikemukakan oleh pihak pengunjung untuk penambahbaikan di Pasar Seni supaya ekonomi pengalaman warisan budaya dapat dikekalkan dan ditambahbaik di masa hadapan. Cadangan oleh pengunjung telah dipecahkan mengikut tema untuk memudahkan rujukan dan penganalisan. Berdasarkan jadual 4, ianya merupakan cadangan yang dikemukakan oleh pengunjung dari sudut promosi yang mana kebanyakan daripada pengunjung mencadangkan agar lebih banyak promosi diadakan untuk menarik lebih ramai pengunjung singgah dan melawati Pasar Seni. Promosi yang dijalankan oleh pihak Pasar Seni boleh dijalankan di media massa dan lebih menfokuskan kepada produk dan perkhidmatan yang ditawarkan supaya pengunjung lebih tertarik untuk datang ke Pasar Seni. Walaupun pengunjung sedia ada kini adalah ramai, namun tidak ramai daripada pengunjung luar negara mengetahui akan aktiviti dan promosi yang ditawarkan di Pasar Seni.

JADUAL 4. Cadangan penambahbaikan yang dikemukakan oleh pengunjung dari sudut promosi

Cadangan	Peratus (%)
Adakan promosi jualan murah	2.8
Banyak iklan di media massa.	2.8
Lebihkan lagi promosi	2.8
Mempromosikan lebih banyak lagi produk batik di Malaysia	2.8
Menambahbaik lagi promosi supaya pelancong lebih mengetahui produk-produk di dalam Central Market	2.8
Mempromosikan lebih banyak perkhidmatan dan aktiviti di Pasar Seni	2.8
Promosikan barang yang dijual	2.8
Mencadangkan agar menawarkan lebih banyak produk yang relevan untuk menarik pengunjung	2.8
Buat barang tradisional kecantikan	2.8
Jumlah	25.2

Dari sudut gastronomi pula, berdasarkan jadual 5, pengunjung mencadangkan agar gastronomi di Pasar Seni memperkenalkan lebih banyak makanan tradisi Malaysia, mempelbagaikan kedai yang menjual makanan pelbagai kaum dan etnik di *food court* dan menyediakan paparan makanan tradisional kepada pengunjung serta terakhir adalah menyediakan demonstrasi masakan kepada pengunjung supaya pengunjung lebih tertarik dan mampu mempelajari cara memasak masakan Malaysia.

JADUAL 5. Cadangan penambahbaikan yang dikemukakan oleh pengunjung dari sudut restoran

Cadangan	Peratus (%)
Memperkenalkan lebih banyak makanan tradisi Malaysia	2.8
Kepelbagaian kedai dengan pelbagai kaum dan etnik, kepelbagaian makanan semua kaum di food court	2.8
Mempelbagaikan gerai makanan, lebihkan makanan tradisional melayu dan menyediakan paparan makanan tradisional kepada pengunjung	2.8
Menyediakan demonstrasi masakan kepada pengunjung	2.8
Jumlah	11.2

Terdapat juga cadangan penambahbaikan yang dikemukakan oleh pengunjung dari sudut perkhidmatan yang mana pengunjung mencadangkan agar kiosk-kiosk di kaki lima sepatutnya diuruskan oleh warga tempatan, selain itu pengunjung turut mencadangkan agar lebih banyak papan tanda yang memberi maklumat bersejarah kepada pengunjung. Manakala cadangan untuk staf di Pasar Seni pula, pengunjung mengharapkan agar staf di Pasar Seni memakai pakaian tradisional sebagai lambang warisan budaya di Malaysia dan selebihnya kebanyakan pengunjung mencadangkan agar harga barangan yang dijual di Pasar Seni diteliti semula dan dikurangkan kepada harga yang lebih mampu milik.

JADUAL 6. Cadangan penambahbaikan yang dikemukakan oleh pengunjung dari sudut perkhidmatan

Cadangan	Peratus (%)
Kiosk-kiosk di kaki lima seharusnya daripada orang tempatan	5.6
Menghormati pelancongan asing dan memberikan layanan mesra	2.8
More signs about historical information	2.8
Pakaian tradisional Malaysia untuk staf	2.8
Memperbaiki pusat khidmat pelanggan	2.8
Mengurangkan harga barangan kepada yang lebih sederhana dan mampu milik	8.4
Menyediakan ruang permainan	5.6
Perlu ada pentas teater, tayangan filem pendek	2.8
Membuat bengkel untuk melihat persembahan, memasak dan memberi peluang kepada pengunjung untuk merasai pengalaman tersebut	2.8
Jumlah	36.4

5. Rumusan dan Cadangan

Holistiknya, Pasar Seni merupakan lokasi yang strategik kerana ianya mendapat ramai kunjungan dalam kebanyakan tempoh masa. Aktiviti yang ditawarkan di Pasar Seni secara amnya telah menjadikan Pasar Seni sebagai salah sebuah lokasi wajib dilawati oleh pengunjung luar negara dan domestik. Elemen ekonomi pengalaman yang dibawa oleh Pasar Seni juga telah memberi impak yang signifikan kepada sesetengah pengunjung. Namun demikian, dalam analisis ini juga pengkaji dapat merumuskan bahawa pihak Pasar Seni harus melakukan penambahbaikan dalam sesetengah aspek. Berdasarkan kepada sokongan dan pendapat yang dikemukakan oleh responden, kebanyakan daripada pengunjung lebih tertarik kepada barangan kraftangan yang ditawarkan oleh premis di Pasar Seni berbanding elemen-elemen lain yang dibawa oleh Pasar Seni iaitu seperti promosi, program *Cultural Heritage Programme* dan *Cultural Week*, warisan budaya dan gastronomi di Pasar Seni. Berdasarkan pemerhatian pengkaji, dapat dilihat Pasar Seni menampilkan dan memaparkan lebih banyak produk kraftangan berbanding produk dan aktiviti lain. Antara produk kraftangan yang dapat diperoleh adalah beg tangan daripada bilah rotan, aksesori yang dihasilkan secara tradisional, lampu hiasan yang bercorak islamik dan kain batik. Aktiviti dan produk lain kurang dipamerkan dan pada masa tertentu sahaja ianya akan dipersembahkan seperti persembahan budaya iaitu pada hujung minggu sahaja. Ini menunjukkan bahawa pada hari bekerja, Pasar Seni merupakan sebuah pasar yang mempunyai aktiviti yang sedikit dan ini menjadikan pengunjung yang datang pada tempoh tersebut kurang berminat untuk melawat dalam tempoh masa yang lama.

Bagi warisan artistik pula, pengkaji mendapati ianya kurang mendapat tarikan di kalangan pengunjung kerana fasiliti hiburan yang disediakan kurang menarik. Selain itu, muzium yang terdapat di Pasar Seni kurang mempunyai aktiviti yang melibatkan penglibatan pengunjung untuk merasai pengalaman sebagai rakyat Malaysia dan tidak banyak info yang disampaikan kepada pengunjung mengenai budaya Malaysia. Berdasarkan kepada pemerhatian, muzium yang terdapat di Pasar Seni lebih kepada modenistik dan tidak melambangkan sepenuhnya kepada warisan budaya Malaysia.

Sektor gastronomi di Pasar Seni juga dilihat perlu penambahbaikan yang mana Pasar Seni harus mengatur strategi baharu untuk memastikan makanan tradisional di Malaysia lebih diperkenalkan lagi di Pasar Seni. Kebanyakan daripada pengunjung kurang bersetuju bahawa adanya ruang yang memaparkan hiasan beserta info mengenai makanan warisan Malaysia untuk panduan kepada pengunjung. Bukan setakat itu sahaja, makanan dan minuman yang dijual di Pasar Seni kurang keunikan yang dipaparkan kerana ianya kelihatan sama seperti di premis makanan di luar Pasar Seni. Hiburan serta persembahan penyediaan makanan di restoran-restoran di Pasar Seni jarang kali dijalankan dan ini sedikit sebanyak mengurangkan promosi makanan tradisional Malaysia kepada orang ramai. Hiburan yang dibawa oleh Pasar Seni telah memberi kesan yang mendalam di Pasar Seni. Namun demikian, hiburan yang dibawa di Pasar Seni sukar untuk diperoleh kerana ianya hanya dipersembahkan pada hujung minggu sahaja. Ini menunjukkan bahawa hiburan seperti persembahan di Pasar Seni harus kerap dilakukan di masa hadapan supaya ianya memberi kesan dan pengalaman yang unik kepada pengunjung domestik dan luar negara terutamanya.

Selain itu, pengkaji juga dapat menyimpulkan bahawa Pasar Seni harus melakukan penambahbaikan kerana kebanyakan daripada pengunjung tidak bersetuju bahawa Pasar Seni menawarkan pengalaman yang mampu membawa pengunjung keluar daripada realiti apabila berada di Pasar Seni. Pengunjung dilihat kurang berbelanja di Pasar Seni kerana dilihat Pasar Seni menawarkan harga yang mahal dan tidak mampu dimiliki oleh kebanyakan pengunjung. Kebanyakan daripada pengunjung berbelanja kurang daripada RM 100 dan hanya sebahagian

sahaja daripada pengunjung yang berbelanja lebih daripada RM 500 dan ini jelas menunjukkan bahawa pihak Pasar Seni harus meneliti semula harga yang ditawarkan kepada pengunjung dan melakukan lebih banyak perubahan.

Rujukan

- Anita Kathryn Ledford. (2015). Applying The Experience Economy Framework to Better Understand the Visitor Experience at The Natural History Museum of Utah. 104.
- Gilmore, J, H. (2003). Frontiers of the Experience Economy. http://www.strategichorizons.com/documents/BattenBriefings-03Fall_FrontiersOfEE.pdf. (16 MAC 2019)
- Haemoo Oh, Ann Marie Fiore, And Miyoung Jeoung. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications, 14. *International CHRIE Conference-Refereed Track* [cited 20 September 2014] Available from: <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1054&context=refereed>.
- Jurowski C. (2009). An Examination of the Four Realms of Tourism Experience Theory.
- Laetitia Radder. (2015). An Examination of the Museum Experience Based On Pine and Gilmore's Experience Economy Realms, *The Journal of Applied Business Research*. 17
- Noor Alyani Nor Azazi, Habibah Ahmad & Hamzah Jusoh, Penjanaan Ekonomi Pengalaman Dalam Sektor Kesihatan: Kajian Kes Bandar Baru Bangi. Available From: https://Www.Researchgate.Net/Publication/327010163_Penjanaan_Ekonomi_Pengalaman_Dalam_Sektor_Kesihatan_Kajian_Kes_Bandar_Baru_Bangi [Accessed Apr 18 2019].
- Noor Alyani Nor Azazi, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh. (2016). Ekonomi pengalaman dalam sektor gastronomi dari lensa komuniti setempat, *Malaysia Journal of Society and Space* 12 issue.
- Quadri, D.L. (2012). An Experience Economy Analysis of Tourism Development Along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail. Iowa State University: Tesis Ph.D