

Heritage Tourism dan Creative Tourism: Eksistensi Pasar Seni (Central Market) di Malaysia Sebagai Salah Satu Pasar Bersejarah

Nur Dwi Kristiningrum

*Program Studi S1 Ilmu Hubungan Internasional
UPN "Veteran" Surabaya*

ABSTRACT

Malaysia is a South East Asian state that has diverse ethnic group consist of Bumiputra, Chinese and Indian ethnics. The ethnic blending has created various cultures that adopt the unique characteristics of each. Central Market is one of the market in Malaysia which has cultural value of ancient British colony. The historical building of Central Market makes it respectable as a cultural heritage of Malaysia, proven by awards achieved by this market as heritage tourism and creative tourism. The highly motivated Malaysian artists and the support from the government to promote Malaysian cultural heritage makes Central Market a tourism object favored by both local and international tourists. Moreover, this cultural site is also followed by the economical value of its crafts.

Keywords: *Heritage tourism, Creative Tourism, Central Market Malaysia*

Malaysia merupakan negara di Asia Tenggara yang memiliki beragam etnis, yakni bumiputra, Cina, dan India. Percampuran etnis tersebut menimbulkan banyak budaya yang dihasilkan dari pemikiran masing-masing etnis. Salah satu wujud nyata campuran ketiga etnis tersebut adalah Pasar Seni yang kini dijadikan sebagai heritage tourism dan creative tourism. Baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing memiliki minat pada pasar yang memiliki warisan nilai budaya masa kolonialisme Inggris tersebut. Nilai-nilai budaya dari sejarah terbentuknya Pasar Seni menjadi motivasi seniman Malaysia untuk menuangkannya dalam bentuk kerajinan tangan yang mempunyai nilai ekonomi.

Kata-kata kunci: *Heritage Tourism, Creative Tourism, Pasar Seni Malaysia.*

Pariwisata merupakan industri yang memiliki peran besar terhadap peningkatan perekonomian suatu negara. Dalam mendukung kegiatan pariwisata, pemerintah akan memberikan fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan dan memiliki daya tarik bagi para wisatawan. Tempat belanja merupakan salah satu tujuan utama yang tidak akan terlewatkan untuk dikunjungi para wisatawan. Para wisatawan akan lebih memilih barang yang murah dan unik untuk dijadikan buah tangan. Selain itu, barang yang memiliki nilai seni khas dari negara tersebut akan menjadi nilai tambah untuk menarik wisatawan berbelanja.

Globalisasi telah banyak mengubah tatanan hidup di dunia. Pembaruan terhadap barang dan jasa telah banyak dilakukan untuk mempermudah dalam mendukung kegiatan seseorang. Dalam hal ini, pariwisata juga mendapatkan dampak dari globalisasi. Sejak Perang Dunia II, bidang pariwisata telah mengalami banyak perkembangan salah satunya adalah munculnya *Thomas Cook* yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata dengan memberikan kemudahan bagi para wisatawan untuk pergi berwisata sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Semakin modern suatu wilayah, akan semakin modern juga fasilitas dan infrastruktur pariwisata. Selain itu, destinasi yang sarat dengan nilai sejarah dapat menjadi obyek wisata yang menarik apabila diberikan sentuhan kreativitas masyarakat dan didukung oleh pemerintah. Pelestarian obyek wisata sejarah akan mampu menunjang peningkatan ekonomi suatu negara. Kreativitas tersebut dapat berupa kerajinan tangan dalam bentuk lukisan, gantungan kunci, miniatur khas negara tersebut, tas, dan kerajinan lain yang memiliki nilai seni.

Daya tarik lain yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat wisata adalah tempat belanja yang memiliki nilai sejarah dengan suasana nyaman ketika berbelanja. Malaysia merupakan salah satu negara yang berada di kawasan Asia Tenggara yang memiliki sejarah dan memiliki percampuran bangsa, agama, dan budaya yang tinggal secara harmonis (Sheetz-Nguyen 2006). Percampuran suku, agama, dan budaya tidak membuat Malaysia menjadi negara yang terpecah akibat konflik. Terdapat berbagai macam gedung, budaya, dan tempat-tempat bersejarah berasal dari peninggalan penjajah Inggris. Salah satunya adalah bangunan yang dahulu berfungsi sebagai pasar bahan-bahan pokok untuk kebutuhan hidup.

Pasar Seni atau yang biasa dikenal dengan *Central Market* merupakan pasar tradisional yang ada sejak jaman penjajahan Inggris di Malaysia. Pasar Seni didirikan sejak tahun 1888 dibangun oleh Yap Ah Loy berada di Jalan Hang Kasturi. Pasar ini digunakan sebagai petunjuk yang sangat menonjol yang berasal dari jaman kolonial hingga jaman modern di Kuala Lumpur. Pasar ini pada awal pendiriannya merupakan pasar yang menjual kebutuhan rumah tangga seperti menjual buah-buahan, ikan, dan sayur-sayuran atau biasa disebut dengan *wet market*. Pembangunan pasar ini dilanjutkan pada tahun 1889, 1895, 1920, dan 1921 (centralmarket.com.my 2013).

Pada tahun 1970'an telah terjadi pemberontakan antara *Heritage Society* Malaysia dan pemerintah yang menginginkan pembongkaran Pasar Seni, namun pembongkaran tersebut tidak terlaksana. Hal ini dikarenakan, Pasar Seni merupakan bangunan bersejarah yang memiliki nilai seni untuk menarik para wisatawan yang kemudian pasar ini dideklarasikan menjadi pusat seni, budaya, dan kerajinan tangan. Selain itu, Pasar Seni merupakan tempat untuk mencari penghasilan bagi penduduk yang tinggal di Kuala Lumpur. Wilayah yang strategis, tepatnya ditengah kota membuat Pasar Seni menarik bagi para wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Didukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang dibangun dan disediakan oleh pemerintah Malaysia seperti stasiun kereta untuk wisatawan yang ingin pergi menggunakan transportasi kereta, bis, dan akomodasi hotel maupun motel membuat Pasar Seni dapat dijangkau dengan mudah.

Berdasarkan paparan di atas, bagaimana perkembangan Pasar Seni hingga menjadi *Centre for Malaysian Culture, Heritage, Art and Craft* yang dapat bertahan dalam industri turisme modern? Terdapat dua kerangka pemikiran untuk memahami artikel ini, yaitu *creative tourism* dan teori *imagined community*. Untuk memahami struktur masyarakat pasca zaman penjajahan kolonial, yang terbagi atas etnis Melayu, China, dan India, penulis menggunakan teori *Imagine Community* yang diungkapkan oleh Benedict Anderson (1991). Penulis juga mengaitkan eksistensi ketiga etnis tersebut dengan *heritage* dan *creative tourism* dalam memandang keberagaman aktivitas budaya dan seni yang mendukung Pasar Seni sebagai pasar bersejarah.

Sejarah dan Perkembangan *Central Market* Malaysia

Central Market Malaysia atau yang biasa disebut dengan Pasar Seni merupakan salah satu pasar yang menjual makanan, pakaian, dan benda-benda kesenian yang sering dikunjungi para wisatawan lo-

kal maupun wisatawan asing untuk dijadikan buah tangan. Pasar ini berdiri sejak tahun 1888 yang pada waktu itu berfungsi sebagai *wet market* dan penambang besi di Kuala Lumpur. Perbaikan struktur bangunan Pasar Seni terus dilakukan pada 1889, 1895, 1920, dan 1921. *Wet Market* memiliki tiga ruang pendingin untuk menyimpan daging beku, 170 kedai untuk sayuran dan buah-buahan, 158 kedai untuk ikan, 36 kedai untuk daging, 27 kedai untuk babi, dan 20 kedai untuk unggas (centralmarket.com.my 2013).

Pada tahun 1980'an *Urban Development Authority* (UDA) Malaysia memiliki rencana untuk mendirikan sebuah menara pencakar langit yaitu Dayabumi yang akan di bangun sebagai pengganti Pasar Seni. Pembangunan Dayabumi ternyata memerlukan pembongkaran Pasar Seni dan rumah penduduk di sekitar wilayah tersebut, namun mendapatkan penolakan oleh *Malaysian Heritage Society* (centralmarket.com.my 2013). Penolakan oleh *Malaysian Heritage Society* mengalami keberhasilan hingga pada tahun 1985 yang dilakukan hanya renovasi Pasar Seni. Pada 15 April 1986, Pasar Seni secara resmi dibuka sebagai *Central Market Heritage, Art, and Craft* yang memiliki banyak toko dan menjual berbagai macam kesenian yang dapat digunakan sebagai *souvenir*. Salah satu perkembangan dan perbaikan yang dilakukan terhadap Pasar Seni adalah peresmian *Kasturi Walk* pada tahun 2011 (centralmarket.com.my 2013). Jalan ini dibangun dengan tujuan untuk memberikan kenyamanan wisatawan yang ingin berbelanja diluar bangunan *Central Market*. Selain itu, dibelakang Pasar Seni juga terdapat *Annexe Gallery* yang menyediakan berbagai macam lukisan. Galeri tersebut juga dipergunakan untuk tempat berkumpulnya seniman yang ingin berbagi ilmu bersama perkumpulannya.

Pasar Seni memiliki dua lantai, yaitu lantai pertama terdiri dari beberapa toko yang menjual berbagai macam aksesoris, coklat, dan kerajinan tangan. Di lantai dua terdapat toko yang menjual pakaian dan kedai makanan. Harga barang-barang di pasar tersebut terjangkau dan dapat ditawarkan sesuai dengan harga yang kita inginkan. Selain itu, wilayah pasar tersebut biasa digunakan sebagai pertunjukan seni budaya Malaysia di hari-hari tertentu. Pasar Seni juga menjual lukisan dan terdapat pelukis yang langsung memperlihatkan kemampuannya dalam melukis. Para wisatawan dapat berbelanja dan menikmati seni budaya mulai jam 10.00 pagi hingga 22.00 malam.

Pada tahun 2004, kepemilikan Pasar Seni berpindah tangan kepada Kha Seng Group. Sejak kepemilikannya, *Central Market* telah mendapatkan penghargaan *The BrandLaureate SMEs Chapter Awards*

selama tahun 2007 dan tahun 2008 sebagai Pusat Budaya Seni dan Kerajinan Tangan Terbaik. Pada tahun 2008 juga mendapatkan penghargaan *The Best of Malaysia Awards* dari *Expatriate Lifestyle* sebagai Warisan Seni Budaya terbaik. Pada 21 Juni 2011, Pasar Seni mendapatkan penghargaan *Award for Excellence* dalam kategori atraksi turis untuk mendapatkan pengalaman yang unik dan menarik yang diberikan oleh Walikota Kuala Lumpur. Pada tahun 2012, Pasar Seni juga mendapatkan penghargaan FIABCI-Malaysia sebagai pusat budaya warisan, seni dan kerajinan Malaysia. Hingga pada tahun 2013 mendapatkan *Certificate of Excellence* sebagai pemenang (centralmarket.com.my 2013).

Heritage Tourism dan Creative Tourism Sebagai Salah Bagian dari Culture Tourism

Culture Tourism atau turisme kebudayaan memiliki pengertian yang sangat kompleks. *International Scientific Committee on Culture Tourism* (1997 dalam Csapo 2001) mendefinisikan turisme kebudayaan bahwa “*culture tourism may be defined as that movement which involve people in the exploration or the experience of the diverse ways of life of other people, reflecting all the social customs, religious traditions, or intellectual ideas of their culture heritage.*” Definisi lain diberikan oleh organisasi internasional PBB yang mendefinisikannya dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas *United Nation World Travel Organisation* (dalam Csapo 2001) mendefinisikan turisme kebudayaan sebagai “*all movement of person might be included in the definition because they satisfy the human need for diversity, tending to raise the cultural level of the individual and giving rise to new knowledge, experience and encounters.*” Sedangkan dalam arti sempit PBB mengatakan bahwa “*movement of persons of essentially cultural motivations such as tours, performing arts and cultural tours, travel to festival and other cultural events, visit to sites and monument.*” Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa turisme kebudayaan merupakan wisata yang didalamnya mengandung nilai-nilai budaya dalam bentuk adat-istiadat sosial, tradisi keagamaan, dan berbagai macam ide tentang warisan budaya di suatu wilayah.

Turisme kebudayaan juga dapat didefinisikan sebagai wisata pada dasarnya mengandung nilai budaya seperti tur, pertunjukan seni dan budaya, perjalanan festival, serta mengunjungi tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah. Janos Csapo (2001) mengklasifikasikan *culture tourism* dalam beberapa macam yaitu terdiri dari *heritage tourism, cultural thematic routes, cultural city tourism, tradition and ethnic tourism, even and festival tourism, religious tourism and pilgrimage*

routes, and creative culture, creative tourism. Masing-masing dari turisme tersebut memiliki ciri dan karakteristik tersendiri. Berdasarkan *United Nations Education, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) memaparkan *heritage tourism* yaitu:

“thanks to a global, integrated approach in which nature meets culture, the past meets the present, the monumental and movable heritage meets the intangible, the protection of cultural heritage, as an expression of living culture, contributes to the development of societies and the building of peace. By virtue of its multifarious origins and the various influences that have shaped it throughout history, cultural heritage takes different tangible and intangible forms, all of which are invaluable for cultural diversity as the wellspring of wealth and creativity” (unesco dalam Csapo 2001).

Heritage tourism yang dipaparkan oleh UNESCO memiliki pengertian bahwa *heritage tourism* telah mengalami perubahan di zaman yang modern. Namun *heritage tourism* dan *cultural tourism* memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Keterkaitan keduanya berdasarkan pada tempat, budaya dan sumber yang memiliki nilai sejarah. Nilai sejarah tersebut yang menjadi daya tarik tersendiri yang dianggap memiliki nilai yang harus terus dilestarikan. Sedangkan *creative tourism* meliputi berbagai macam komponen seni yang didasarkan pada ide dan pemikiran yang kemudian dituangkan dalam bentuk seni pertunjukan, kerajinan tangan, film, lukisan, dan seni kebudayaan lain yang memiliki nilai budaya dan diwujudkan dalam bentuk barang maupun audio visual. Seperti yang dijelaskan oleh *European Affairs* dalam *The Impact of Culture on Creativity* bahwa *culture creativity* memiliki tiga komponen yaitu *artistic skill*, *lateral thinking* dan *conductive environment* yang kemudian menghasilkan kreativitas yang didasarkan pada budaya (ec.europa.eu 2009).

Imagined Community Theory dan Penerapannya dalam Bangsa Malaysia

Imagined Community merupakan teori yang membahas tentang bagaimana terbentuknya suatu bangsa dari perbedaan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Teori dikemukakan oleh Benedict Anderson dalam bukunya *Imagined Communities Reflection on the Origin and Spread of Nasionalism* pada tahun 1991. Dalam buku tersebut Anderson menguraikan bahwa bangsa tidak terbentuk dari suku tertentu, namun memiliki pandangan yang lebih luas dan

lebih mendalam. Anderson (1991) mendefinisikan bangsa sebagai "*it is an imagined political community – and imagined as both inherently limited and sovereign*". Dia menyebutkan *imagined* karena anggota bahkan anggota terkecil suatu bangsa tidak akan pernah mengenal satu dengan yang lain, bertemu dengan mereka, atau bahkan mendengarkan mereka. Namun pikiran pada setiap kehidupan mereka merupakan gambaran awal terbentuknya hubungan.

Imagined bangsa dikatakan sebagai *limited* karena bahkan sebagian besar dari mereka terdiri dari jutaan hidup manusia, tetap memiliki keterbatasan jika elastik dan batasan terbentang diantara mereka. Sedangkan *imagined* sebagai *sovereign* karena konsep yang lahir dalam *enlightenment* dan revolusi telah menghancurkan legitimasi dari keagamaan dan kerajaan. Dan *imagined* sebagai *community* karena tanpa memperhatikan kesetaraan yang sesungguhnya dan peledakan yang mungkin berlaku pada satu dengan yang lain (Anderson 1991). Sehingga Anderson menyimpulkan bahwa bangsa selalu mengandung persahabatan yang mendalam dan horizontal.

Malaysia merupakan negara yang terdiri dari tiga etnis yang menonjol bekas dari penjajahan Inggris. Etnis tersebut adalah bangsa pribumi yang digolongkan sebagai bumiputra, etnis cina dan india. Ketiga etnis ini hidup berdampingan secara rukun di Malaysia, namun mayoritas penduduk disana adalah orang Malay yang merupakan bangsa bumiputra. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *United Nation Development Program* mengatakan bahwa terdapat 62% etnis dari Bumiputra, 42% etnis Cina, 7% dari etnis India dan 7% dari etnis lain. Hubungan yang muncul ini terbentuk ketika Inggris menjajah Malaysia. Ketika itu, Inggris mengajak masuk bangsa India ke Malaysia untuk dijadikan buruh yang bekerja selama kejayaan kolonial Inggris di Malaysia.

Bumiputra merupakan bangsa primbumi yang sebagian besar menduduki kursi pemerintahan dan menduduki kursi politik di Malaysia. Etnis dari bumiputra sebagian besar menganut agama Islam dan menggunakan bahasa Malay sebagai bahasa kesehariannya. Sedangkan etnis Cina disana muncul akibat dari perdagangan yang terjadi di Selat Malaka. Etnis cina dikenal dengan orang yang pandai dan memiliki peranan penting dalam perdagangan yang terjadi di Malaysia. Percampuran ketiga etnis tersebut menimbulkan keberagaman budaya, adat-istiadat, bahasa, agama, dan kebiasaan. Walaupun begitu, mereka dapat hidup berdampingan secara damai dan membentuk bangsa Malaysia dalam satu kedaulatan di wilayah Malaysia.

Central Market sebagai Bagian dari Heritage dan Creative Tourism di Malaysia

Industri pariwisata merupakan industri yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Berbagai macam usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk menjaga agar pariwisata di negaranya masih dapat tetap berlangsung dan berkembang. Berbagai macam keuntungan dapat dicapai ketika suatu negara memiliki industri pariwisata yang baik. Keuntungan tersebut dapat berupa dampak secara langsung dan tidak langsung. Dampak secara langsung yaitu berhubungan dengan proses produksi yang menghasilkan nilai ekonomi secara langsung dari belanja yang dikeluarkan para wisatawan. Sebagai contoh peningkatan kunjungan di hotel maupun tempat perbelanjaan yang secara langsung meningkatkan upah karyawan di tempat tersebut. Sedangkan dampak yang tidak langsung berupa peningkatan belanja hotel atau tempat wisata terhadap *supplier* yang menyediakan bahan mentah dan didistribusikan ke hotel maupun ke toko-toko penjual kerajinan tangan (Stynes t.t.).

Csapo (2001) menjelaskan bahwa *heritage tourism* dapat dikategorikan terdiri dari *natural and cultural heritage, material (built heritage, architectural sites, world heritage sites, national and historical memorials), non material (literatur, arts, folklore), cultural heritage sites*. Sedangkan *creative tourism* dapat dikategorikan terdiri dari *traditional cultural and artistic activities (performing art, visual arts, cultural heritage and literature)* dan *as well as cultural industries (printed works, multimedia, the press, cinema, audiovisual and phonographic productions, craft, design and cultural tourism)*. Pasar Seni Malaysia memiliki potensi dan karakteristik sebagai *heritage* dan *creative tourism*. Buktinya adalah gedung bersejarah sebagai warisan sejak jaman penjajahan Inggris dan berbagai macam kerajinan hasil dari seniman Malaysia sebagai kreasi masyarakat Malaysia.

Kerajinan lukisan menjadi *creative tourism* di Pasar Seni. Pemilik Pasar Seni menyediakan tempat *Annexe Gallery* di belakang Pasar Seni yang menjual berbagai macam lukisan dan kerajinan seni lainnya. Wisatawan juga dapat secara langsung melihat proses pembuatan lukisan dari tangan-tangan kreatif pelukis. Di samping pasar juga terdapat Kasturi Walk yang dapat dimanfaatkan oleh para pengunjung ingin menikmati suasana berbelanja sambil melihat karya penduduk Malaysia di luar gedung pasar. Usaha lain untuk menarik wisatawan juga dilakukan oleh pemerintah dan pemilik pasar tersebut. Bentuk kreatifitas lain adalah adanya agenda kegiatan seni

yang dapat dilihat oleh wisatawan melalui *web* resmi Pasar Seni Malaysia. Sebagai contoh kegiatan rutin pertunjukan langsung di Kasturi Walk setiap hari Senin hingga Kamis, pengunjung dapat menikmati *Culture Dance Performance*. Setiap hari Sabtu wisatawan dapat menikmati *Cuti-cuti 1 Malaysia Dance Performance*. *Material Art Performance* dapat dinikmati setiap hari Minggu. Masing-masing agenda kegiatan rutin tersebut dapat dinikmati pada pukul 21.00 malam hingga 21.30 malam.

Selain kegiatan rutin tersebut, ada agenda kegiatan lain yang dilaksanakan untuk memperingati hari besar atau memperingati peristiwa penting di Malaysia. Agenda kegiatan tersebut seperti Ketupat Weaving Demonstration yang dilaksanakan pada 15 Juli 2013 hingga 7 Agustus 2013 untuk memperingati bulan Ramadhan. Pengunjung dapat melihat bagaimana cara membuat ketupat, selain itu pengunjung juga dapat belajar untuk membuat ketupat secara langsung yang dimulai dari pukul 12.00 siang hingga pukul 15.00. Kegiatan lain yaitu Kuih Goyang Demonstration yang dapat dinikmati selama 24 hari yaitu 15 Juli hingga 7 Agustus 2013 pada pukul 12 siang hingga pukul 3 sore. Acara ini dilaksanakan untuk menyambut datangnya hari raya Idul Fitri. Pada tanggal 25 September 2013 hingga 31 Oktober 2013 dimulai pukul 10 pagi hingga pukul 10 malam, para wisatawan dapat menikmati acara *Summer Lime Fizz* yaitu kegiatan menikmati secangkir minuman lemon yang menyegarkan.

Para wisatawan juga dapat berpartisipasi untuk menampilkan bakat dalam bidang seni dalam lomba yang dilaksanakan pada 26 Oktober 2013 untuk memperingati 125 tahun *Central Market* dalam acara *Creative Anniversary Card Design Contest*. Pasar Seni juga mengadakan lomba foto terbaik di *Central Market* dalam acara *A Moment In Time @ Central Market* dalam memperingati ulang tahun yang 125 tahun *Central Market*. Agenda kegiatan lain yang dilaksanakan untuk mengundang dan mendorong wisatawan untuk berbelanja juga telah dilakukan. Acara tersebut adalah *1MYES – Spend & Get Rewarded*, yaitu acara belanja berhadiah yang dilaksanakan selama satu bulan penuh pada tanggal 7 Desember 2013 hingga 7 Januari 2014. Kegiatan ini mendorong pengunjung berbelanja minimal 12,5 Ringgit Malaysia di setiap *outlet* untuk mendapatkan satu *dip* yang dapat digunakan dalam mendapatkan kesempatan untuk memperoleh *voucher* belanja senilai 125 Ringgit Malaysia. Agenda tersebut juga memberikan kesempatan untuk pengunjung yang berbelanja minimal 100 Ringgit setiap produk batik untuk ditukarkan dengan *voucher* makan gratis senilai 20 Ringgit bagi 500 pembeli pertama. Berbagai macam kegiatan yang dilaksanakan oleh *Central*

Market tersebut merupakan cara untuk menarik wisatawan lokal dan wisatawan asing untuk datang mengunjungi Pasar Seni. Selain untuk berbelanja, *Central Market* dapat digunakan sebagai salah satu tempat untuk *heritage* dan *creative tourism* melalui kegiatan yang dilaksanakan di Pasar Seni seperti kegiatan yang telah dipaparkan diatas.

Kesimpulan

Central Market merupakan salah satu pasar yang menyediakan berbagai jenis kerajinan seni budaya khas Malaysia. Pasar Seni juga menjual berbagai macam coklat dan makanan yang dapat dijadikan buah tangan. Sejarah yang melekat pada gedung dan bangunan, menjadikan Pasar Seni memiliki nilai budaya dan seni peninggalan kolonial Inggris. Pada awalnya pasar tersebut merupakan *wet market* yang menjual berbagai macam bahan mentah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Komunitas budaya dan seni di negara tersebut memiliki peran yang penting dalam mempertahankan tetap berdirinya bangunan bersejarah tersebut. Pemberontakan tersebut membuahkan hasil dengan berbagai macam *awards* yang didapat *Central Market*. Untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi *Central Market* sebagai salah satu tempat belanja yang memiliki nilai budaya dan seni, berbagai macam agenda kegiatan telah dilakukan dalam mewujudkan *heritage* dan *creative tourism* di Kuala Lumpur khususnya di *Central Market*.

Daftar Pustaka

Buku

Griffiths, Martin, 2001. *Lima Puluh Pemikir Studi Hubungan Internasional*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Artikel

Stynes J Daniel. *Economic Impacts of Tourism*.

Artikel Online

Anderson, Benedict, 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nasionalism*. [online]. dalam <http://www>.

- juergensmeyer.com/files/Anderson.pdf [diakses 5 Januari 2014].
- Sheetz-Nguyen, A Jessica, 2004. *Malaysia Truly Asia: Reflection on the 2004 Fulbright Hays Study Tour*. [online]. dalam <http://www.thefreelibrary.com/Malaysia+truly+Asia%3A+reflections+on+the+2004+Fulbright+Hays+study...-a0168513022> [diakses 3 Januari 2014].
- Csapo Janos. 2001. *The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry*. [online]. dalam <http://www.intechopen.com/download/get/type/pdfs/id/35715> [diakses 3 Januari 2014].
- Suyan, Shen. 2009. *Visitors' Intention to Visit World Cultural Heritage Sites: Empirical Evidence from the Cases of Cologne and Suzhou*. [online] dalam http://kups.ub.uni-koeln.de/2996/1/Suyan_Shen_Dissertation.pdf [diakses 2 Januari 2014].
- _____. 2009. *The Impact of Culture on Creativity*. [online] dalam http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc/study_impact_cult_creativity_06_09.pdf [diakses 5 Januari 2014].
- _____. 2013. *About Central Market Kuala Lumpur*. [online] dalam <http://centralmarket.com.my/about.php> [diakses 3 Januari 2014].
- _____. n.d. *Kuala Lumpur – Central Market*. [online] dalam <http://www.vpnaccounts.com/malaysia-attractions/central-market-in-kuala-lumpur.html> [diakses 5 Januari 2014].
- Robert, Kling W dan Sable A Karin, 2001. *The Double Public Good: A Conceptual Framework for "Shared Experience" Value Associated with Heritage Conservation*. [online] dalam http://www2.up.edu/econ/working_papers/00-1.pdf [diakses 3 Januari 2014].

