

## Lokasi dan Pengkelasan Pusat Membeli-Belah di Lembah Klang, Malaysia

### *Locational and Classification of Shopping Centers in the Klang Valley, Malaysia*

MOHD YUSOF HUSSAIN, ABD. HAIR AWANG, SURAIYA ISHAK &  
MOHD FAREED

#### ABSTRAK

*Aktiviti membeli-belah adalah suatu aktiviti yang berlaku di semua negara. Perancangan pembangunan pusat membeli-belah adalah perlu untuk memberi akses yang baik kepada masyarakat. Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti pola taburan pusat membeli-belah di Lembah Klang dengan memperincikan jenis pusat membeli-belah yang dibangunkan di kawasan tersebut. Tinjauan lapangan dijalankan bagi mengenal pasti lokasi peletakan terkini pusat membeli-belah di Lembah Klang serta pengelasan setiap jenis pusat membeli-belah. Pengelasan pusat membeli-belah dibahagikan kepada beberapa kategori iaitu neighbourhood, community, specialty, regional, super regional dan hypermarket. Kawasan kajian adalah meliputi Lembah Klang Barat, Lembah Klang Timur, Lembah Klang Utara, Lembah Klang Selatan, dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Hasil kajian mendapati bahawa taburan semasa pusat membeli-belah di Lembah Klang adalah bersifat berselerak di pelbagai wilayah. Peletakan pusat membeli-belah di wilayah Lembah Klang Barat menunjukkan jumlah yang hampir sama dengan peletakan pusat membeli-belah di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur masih menjadi lokasi peletakan utama pusat membeli-belah di Lembah Klang. Bersesuaian dengan populasi penduduk, wilayah Lembah Klang Timur, Lembah Klang Utara dan Lembah Klang Selatan turut menempatkan beberapa jenis pusat membeli-belah. Hasil kajian ini boleh digunakan oleh pihak berkuasa sebagai asas bagi perancangan dan pembangunan pusat membeli-belah di masa hadapan.*

*Kata kunci: Lembah Klang, perancangan dan pembangunan, lokasi, pengelasan, pusat membeli-belah*

#### ABSTRACT

*Shopping is an activity that occurs in all countries. Proper planning and development of shopping centre are necessary in order to provide good accessibility to the community. This study was conducted to analyse the distribution pattern of shopping centres in the Klang Valley and to determine the classification of shopping centres that were built in the area. Field survey was conducted in order to identify the location of shopping centres in the Klang Valley and to classify them. Classification of shopping centre is divided into neighbourhood, community, specialty, regional, super regional and hypermarkets. The study areas are West Klang Valley, East Klang Valley, North Klang Valley, South Klang Valley, and the Federal Territory of Kuala Lumpur. The results show that the current distribution of shopping centres in the Klang Valley are scattered in various regions. Location of shopping centres in the West Klang Valley shows similarity to the locational pattern for shopping centres in the Federal Territory of Kuala Lumpur. Federal Territory of Kuala Lumpur is still a major locational to shopping centre in the Klang Valley. In accordance to the population distribution, the region of East Klang Valley, North Klang Valley and South Klang Valley have evidently locating several classifications of shopping centres. These findings can be used by the authorities for planning and development of shopping centres in the future.*

*Keywords: Klang Valley; planning and development; location; classification; shopping centre*

## PENGENALAN

Berdasarkan laporan perundingan Raine & Horne International Zaki and Partners Sdn. Bhd. (1995), pada tahun 1960 hingga 1970-an, peletakan pusat membeli-belah di Lembah Klang hanya tertumpu di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Hal ini kerana Kuala Lumpur pada ketika itu adalah sebuah pusat industri dan pentadbiran yang begitu pesat berbanding wilayah lain di Lembah Klang (Aiken & Leigh 1975; Bunnell & Morshidi 2002). Pola peletakan ini turut dipengaruhi oleh faktor populasi penduduk Kuala Lumpur yang tinggi. Berdasarkan tinjauan Katiman (2010), jumlah penduduk Kuala Lumpur sehingga tahun 1970 adalah yang tertinggi di Lembah Klang iaitu 876,873 orang berbanding kawasan lain seperti Kajang (48,993 orang), Rawang (27,699 orang) dan Sepang (17,191 orang) yang mempunyai populasi lebih rendah. Oleh yang demikian, bagi menjamin konsistensi kunjungan dan urusan niaga, para pemaju lebih cenderung untuk menempatkan premis mereka di Kuala Lumpur. Para pembeli lazimnya cenderung untuk berbelanja di pusat membeli-belah yang hampir dengan kawasan kejiranan mereka. Justeru, tindakan menumpukan peletakan pusat membeli-belah di Kuala Lumpur pada ketika itu adalah suatu tindakan strategik bagi menjamin kelangsungan perniagaan (Kraufman & Lane 1996; Severin, Louviere & Finn 2001; Eddie & Heng Li 2004; dan Ahmed, Chingold & Zainurin 2007).

Bermula tahun 1980, beberapa buah bandar baru telah dibangunkan di Lembah Klang (Thompson 2003). Pemandaran ini telah menarik banyak pihak berhijrah dan bermastautin di bandar-bandar baru di Lembah Klang (Katiman, Fuad & Aishah 2010). Perkembangan ini bukan sahaja telah meluaskan wilayah berpenduduk tinggi di Lembah Klang, tetapi turut mengimbangi kadar kemasukan pemastautin baru ke Kuala Lumpur (Katiman 2006). Pertambahan wilayah berpenduduk tinggi pada ketika itu dijangka mempengaruhi corak taburan terkini pusat membeli-belah di Lembah Klang. Artikel ini memperincikan corak taburan terbaru pusat membeli-belah tersebut berdasarkan tinjauan yang dilakukan pada tahun 2011. Taburan terbaru pusat membeli-belah di Lembah Klang dijangka berselerak di pelbagai wilayah, bersesuaian dengan populasi penduduknya dan tidak hanya tertumpu di Kuala Lumpur. Selain daripada itu, artikel ini juga memperincikan jenis pusat membeli-belah yang dibangunkan di wilayah terbabit.

## METODOLOGI

Penyelidikan lapangan dijalankan bagi mengenal pasti lokasi peletakan terkini pusat membeli-belah di Lembah Klang berserta ciri-ciri setiap satunya. Lokasi peletakan pusat membeli-belah ini dibahagikan kepada beberapa wilayah iaitu wilayah Lembah Klang Barat, Lembah

Klang Timur, Lembah Klang Utara, Lembah Klang Selatan serta Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Ciri-ciri pusat membeli-belah juga dikenal pasti bagi menentukan kategori pengelasan pusat membeli-belah iaitu dari jenis *Super Regional*, *Regional*, *Specialty*, *Community*, *Neighborhood* dan *Hypermarket*. Melalui pemerhatian di lapangan, perincian peletakan terbaru pusat membeli-belah di Lembah Klang dilakukan.

## PENGKELASAN PUSAT MEMBELI-BELAH

Kajian ini menggunakan pengelasan jenis pusat membeli-belah yang diutarakan oleh Hines (1983). Menurut Hines, pusat membeli-belah boleh dibahagikan kepada lima kategori utama iaitu:

### NEIGHBOURHOOD

Pusat ini menawarkan item keperluan harian yang lazim dibeli oleh pengguna. Pusat membeli-belah jenis ini kebiasaannya terletak berhampiran kawasan kejiranan bagi memudahkan pengguna mendapatkan barangan keperluan harian. Pelanggan utama adalah terdiri daripada individu yang tinggal atau bekerja berhampiran dengan pusat membeli-belah tersebut dengan anggaran pemanduan lima (5) minit dari lokasi masing-masing. Di dalam pusat membeli-belah jenis ini, terdapat antara enam (6) hingga lapan (8) buah gedung yang menyewa ruang dan menjalankan perniagaan mereka yang diketuai (*anchor*) oleh pasar raya (*supermarket*) dan gedung khas. Pusat membeli-belah jenis ini hanya memerlukan ruang yang sederhana bagi menempatkan bangunan pusat membeli-belah, ruang parkir dan ruang pemunggahan barang. Peletakan fizikal pusat membeli-belah jenis ini boleh dibangunkan di mana-mana kawasan bandar sama ada berdekatan kawasan perumahan bertingkat (*high-rise apartment*) dan pejabat, kawasan pusat bandar yang bersambungan dengan kawasan kediaman berpenduduk tinggi, dan juga kawasan pinggir bandar yang berdekatan dengan kawasan perumahan dan pejabat.

### COMMUNITY

Pusat membeli-belah jenis *community* merujuk kepada pusat membeli-belah yang berupaya menarik pelanggan dalam radius jarak antara 10 ke 15 minit pemanduan. Pusat membeli-belah ini lazimnya menyediakan antara 10 hingga 15 buah ruang niaga yang diterajui oleh sebuah pasar raya dan lain-lain penyewa kecil. Produk dan perkhidmatan yang ditawarkan adalah lebih bervariasi meliputi item keperluan segera dan item lain yang lazimnya dibeli selepas pelanggan membuat perbandingan tertentu. Bilangan ruang kedai adalah lebih besar dan memerlukan keluasan tanah

yang lebih luas berbanding pusat membeli-belah jenis *neighborhood*. Bilangan penempatan komuniti sekitar juga lebih kecil kerana ia bertujuan menarik pelanggan dari jarak radius yang lebih jauh. Peletakan fizikal pusat membeli-belah jenis ini boleh dibangunkan di mana-mana kawasan bandar terutama kawasan pusat perniagaan atau pusat bandar yang berdekatan dengan kawasan perumahan yang besar.

#### SPECIALTY

Pusat membeli-belah jenis *specialty* merujuk kepada premis yang mengkhususkan urus niaga produk atau perkhidmatan yang istimewa dan khusus sahaja. Berbeza dengan pusat membeli-belah jenis lain yang menawarkan pelbagai item membeli-belah. Pusat membeli-belah ini akan menarik pelanggan yang berminat dalam pelbagai jarak bagi mendapatkan item istimewa yang ditawarkan. Contoh yang sesuai bagi menggambarkan jenis pusat membeli-belah ini ialah Plaza Low Yat (barangan elektronik), gedung IKEA (perabot), gedung Jakel (fabrik) dan lain-lain yang seumpamanya.

#### REGIONAL

Pusat membeli-belah jenis *regional* dibangunkan bagi menarik pelanggan yang lebih besar iaitu jarak radius antara 15 ke 20 minit pemanduan. Produk dan servis yang ditawarkan lebih bervariasi meliputi barang keperluan dan lain-lain item istimewa. Kebiasaannya, pusat membeli-belah jenis ini dibangunkan bagi menempatkan di antara 30 hingga 50 buah ruang niaga untuk disewakan dan sekurang-kurangnya sebuah ruang niaga menempatkan gedung berjabatan utama (*anchor tenant*). Oleh yang demikian, pusat membeli-belah jenis ini memerlukan keluasan tanah yang lebih luas bagi tujuan parkir dan ruang pemunggahan. Lokasi khusus bagi pusat membeli-belah jenis ini ialah di tanah-tanah komersil utama serta berhampiran dengan pertemuan (*intersection*) dua atau lebih lebuh raya dan jalan raya utama. Oleh yang demikian, lazimnya kedudukan pusat membeli-belah ini adalah di pinggir bandar yang mana zon tanah adalah mencukupi. Walau bagaimanapun masih terdapat beberapa pusat membeli-belah jenis ini yang terletak di dalam kawasan bandar.

#### SUPER REGIONAL

Pusat membeli-belah jenis *super regional* merujuk kepada pusat membeli-belah yang mengandungi tiga atau lebih gedung berjabatan yang lengkap. Pusat ini berkeupayaan menempatkan lebih daripada 100 ruang niaga. Ia terletak di pusat perniagaan bandar atau di kawasan pinggir bandar baru yang menjadi tempat pertemuan dua atau lebih lebuh raya utama.

Pusat membeli-belah jenis ini dibangunkan bagi menarik skop pelanggan yang besar iaitu jarak radius pemanduan di antara 30 ke 45 minit atau lebih. Produk dan servis yang ditawarkan lebih bervariasi meliputi barang keperluan dan lain-lain item istimewa. Selain itu, ia juga menawarkan perkhidmatan hiburan kepada para pengunjung (Kinley, Kim & Forney 2002). Pusat membeli-belah ini dilengkapi dengan bangunan parkir yang diintegrasikan bersama dengan bangunan dan juga ruang parkir luar yang tidak berbumbung.

Sebagai tambahan kepada pengelasan Hines, kajian ini turut mengelaskan beberapa buah pusat membeli-belah di Lembah Klang sebagai *Hypermarket*. *Hypermarket* menurut Abdul Rahman (2007) ialah stor perniagaan yang mempunyai keluasan lantai bermula dari 5000 meter persegi dan ke atas. Barangan yang diniagakan di premis ini bersifat pelbagai, meliputi barangan keperluan harian dan item-item lain. Harga yang ditawarkan bagi barangan tersebut lazimnya lebih rendah daripada harga yang ditawarkan oleh pusat peruncitan lain. *Hypermarket* biasanya akan turut menyediakan sejumlah ruang niaga untuk disewa oleh peniaga-peniaga lain di dalam premisnya. Konsep perniagaan *Hypermarket* bersifat '*one stop needs shopping*' iaitu menghimpunkan segala barangan keperluan pelanggan di bawah suatu tempat (Suharno, Ika 2008).

### LIPUTAN KAWASAN KAJIAN

Dalam kajian ini, Lembah Klang dibahagikan kepada lima wilayah utama iaitu:

#### LEMBAH KLANG BARAT

Lembah Klang Barat bersempadan dengan bahagian barat Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Ia meliputi dua daerah iaitu Petaling dan Klang. Daerah Klang mempunyai dua kawasan pentadbiran iaitu Klang dan Kapar. Manakala daerah Petaling meliputi Bukit Raja, Damansara, Petaling dan Sungai Buloh.

#### LEMBAH KLANG TIMUR

Wilayah ini bersempadan dengan bahagian timur Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan hanya mempunyai satu daerah iaitu Hulu Langat yang meliputi kawasan pentadbiran Ampang, Beranang, Cheras, Kajang, Semenyih, Hulu Langat dan Hulu Semenyih.

#### LEMBAH KLANG UTARA

Lembah Klang Utara bersempadan dengan bahagian utara Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Ia meliputi keseluruhan daerah Gombak yang meliputi lima wilayah pentadbiran iaitu Batu, Hulu Kelang, Rawang 1, Rawang 2, dan Setapak.

## LEMBAH KLANG SELATAN

Wilayah ini berada di selatan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan meliputi dua daerah iaitu daerah Kuala Langat dan Sepang. Daerah Kuala Langat mempunyai tujuh kawasan pentadbiran iaitu Bandar, Batu, Jugra, Kelanang, Morib, Tanjong Dua Belas, dan Telok Panglima Garang. Manakala daerah Sepang hanya mempunyai tiga buah daerah pentadbiran iaitu Dengkil, Labu dan Sepang.

## WILAYAH PERSEKUTUAN KUALA LUMPUR

Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur merupakan ibu negara dan bandar terbesar di Malaysia. Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur adalah salah satu daripada tiga buah Wilayah Persekutuan Malaysia, dan juga sebuah enklaf dalam negeri Selangor, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur berada di tengah-tengah Lembah Klang Utara, Lembah Klang Selatan, Lembah Klang Barat dan Lembah Klang Timur.

## HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Kajian mendapati Lembah Klang Barat merupakan wilayah yang mempunyai populasi penduduk tertinggi di Lembah Klang. Wilayah ini mempunyai seramai 2,673,822 orang penduduk (Jadual 1). Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur pula mempunyai penduduk yang kedua tertinggi, iaitu seramai 1,674,621 orang, diikuti dengan Lembah Klang Timur seramai 1,156,585 orang penduduk. Lembah Klang Utara pula mempunyai penduduk yang keempat tertinggi, seramai 682,226 orang penduduk. Sementara Lembah Klang Selatan merupakan wilayah yang mempunyai penduduk yang terendah di Lembah Klang, iaitu seramai 436,009 orang.

Walaupun Lembah Klang Barat mempunyai jumlah penduduk yang tertinggi, namun dari segi kepadatan penduduk, wilayah ini berada di tangga kedua selepas Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur berkepadatan 6,891 orang/km<sup>2</sup> (Jadual 1). Manakala Lembah Klang Barat pula berkepadatan 2,403 orang/km<sup>2</sup>. Bagaimanapun, jumlah

kepadatan penduduk Lembah Klang Barat ini adalah jauh lebih tinggi berbanding wilayah-wilayah lain di sekitarnya. Seperti jumlah penduduk, Lembah Klang Timur berada di tangga ketiga dari segi kepadatan penduduknya dengan jumlah 1,400 orang/km<sup>2</sup>. Manakala Lembah Klang Utara pula berkepadatan 1,049 orang/km<sup>2</sup>. Seterusnya Lembah Klang Selatan mempunyai kepadatan penduduk yang terendah dengan hanya 299 orang/km<sup>2</sup>, sama seperti jumlah penduduknya yang juga terendah berbanding wilayah-wilayah lain.

Bersesuaian dengan jumlah dan kepadatan penduduknya, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur menempat bilangan pusat membeli-belah yang tertinggi di Lembah Klang iaitu sebanyak 45 buah (Jadual 2). Daripada jumlah tersebut, empat pusat membeli-belah adalah daripada jenis *super regional*, 17 pusat membeli-belah adalah daripada jenis *regional*, lapan pusat membeli-belah daripada jenis *specialty*, 11 pusat membeli-belah daripada jenis *community*, sebuah pusat membeli-belah daripada jenis *neighborhood* dan selebihnya iaitu empat pusat membeli-belah adalah daripada jenis *hypermarket*.

Lembah Klang Barat pula menempatkan 40 buah pusat membeli-belah. Wilayah ini menempatkan empat pusat membeli-belah jenis *super regional*, sama dengan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Namun, peletakan pusat membeli-belah jenis *regional* adalah lebih rendah berbanding Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur iaitu sebanyak 11 buah. Pusat membeli-belah jenis *specialty* di wilayah ini pula berjumlah tiga buah. Seterusnya pusat membeli-belah jenis *community* adalah sebanyak empat buah. Pusat membeli-belah jenis *neighborhood* sebanyak dua buah dan peletakan pusat membeli-belah jenis *hypermarket* adalah sebanyak 16 buah.

Seterusnya adalah peletakan pusat-membeli-belah di Lembah Klang Timur iaitu menunjukkan sejumlah 19 buah pusat membeli-belah. Tidak seperti Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Lembah Klang Barat, wilayah ini tidak mempunyai pusat membeli-belah dari jenis *super regional*. Lembah Klang Timur hanya mempunyai empat buah pusat membeli-belah jenis *regional*, sebuah pusat membeli-belah jenis *specialty*, enam buah pusat membeli-belah jenis *community*, empat buah pusat membeli-belah jenis *neighborhood* dan empat buah pusat membeli-belah jenis *hypermarket*.

JADUAL 1. Bilangan dan Kepadatan Penduduk di Lembah Klang mengikut Wilayah

Wilayah	Penduduk (orang)	Kepadatan (orang/km <sup>2</sup> )
Lembah Klang Barat	2,673,822	2,403
Lembah Klang Timur	1,156,585	1,400
Lembah Klang Utara	682,226	1,049
Lembah Klang Selatan	436,009	299
W.P. Kuala Lumpur	1,674,621	6,891

Sumber: Jabatan Perangkaan Malaysia 2010

Lembah Klang Utara pula hanya mempunyai sebanyak 16 buah pusat membeli-belah. Sama seperti Lembah Klang Timur, wilayah ini juga tidak mempunyai pusat membeli-belah dari jenis *super regional* dan mempunyai empat buah pusat membeli-belah jenis *regional*. Namun, Lembah Klang Utara tidak mempunyai pusat membeli-belah *specialty*. Selain daripada itu, wilayah ini turut menempatkan pusat membeli-belah dari jenis *community* iaitu sebanyak tujuh buah, pusat membeli-belah jenis *neighborhood* sebanyak dua buah dan tiga buah pusat membeli-belah jenis *hypermarket*.

Sesuai dengan populasi dan kepadatan penduduknya yang terendah, Lembah Klang Selatan juga mempunyai jumlah peletakan pusat membeli-belah yang terendah di Lembah Klang. Wilayah ini mempunyai masing-masing sebuah bagi pusat membeli-belah dari jenis *super regional*, *community*, *neighborhood* dan *hypermarket*, tetapi tidak mempunyai pusat membeli-belah dari jenis *regional* dan *specialty*.

Berdasarkan dapatan kajian, wilayah yang mempunyai bilangan penduduk tinggi seperti Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Lembah Klang Barat telah menempatkan lebih banyak pusat membeli-belah berbanding wilayah-wilayah lain di Lembah Klang. Perkembangan ini membuktikan wilayah yang mempunyai bilangan penduduk yang tinggi lebih berupaya menarik minat pemilik pusat membeli-belah untuk membangunkan premis mereka berbanding wilayah yang berpenduduk sederhana atau rendah. Menurut Nurul (2004), bagi menentukan lokasi peletakan premis perniagaan, para peniaga atau pemaju terlebih dahulu akan mempertimbangkan jumlah penduduk sekitar lokasi yang bakal dipilih bagi menjamin kejayaan perniagaan mereka. Justeru itu, kedua-dua wilayah yang berpenduduk tinggi ini menjadi lokasi peletakan utama pusat membeli-belah di Lembah Klang. Selain berupaya mempengaruhi lokasi peletakan, bilangan penduduk juga berupaya menentukan saiz sesuatu premis perniagaan (Dawson 1980). Oleh kerana Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Lembah Klang Barat mempunyai jumlah penduduk yang tinggi, maka pusat membeli-belah di wilayah tersebut juga kebanyakannya terdiri daripada premis bersaiz besar seperti *super regional*, *regional* dan *hypermarket*.

Dalam konteks penumpuan peletakan pusat membeli-belah di Kuala Lumpur, percambahan pusat membeli-belah di wilayah tersebut bukan sahaja dipengaruhi oleh jumlah penduduk setempat, tetapi turut dipengaruhi oleh jumlah penduduk yang mendiami wilayah pinggirannya. Ini kerana penduduk di wilayah pinggirannya telah menjadikan wilayah Kuala Lumpur sebagai pusat utama bagi mendapatkan barangan yang tidak mudah diperolehi di wilayah penempatan mereka (Mulligan 1984). Kedudukan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur yang berada di tengah-tengah Lembah Klang juga telah memudahkan lagi kunjungan penduduk

wilayah pinggirannya (Rajah 1). Justeru, peletakan pusat membeli-belah di Kuala Lumpur bukan sahaja harus mengambil kira kunjungan daripada penduduk setempat, tetapi juga penduduk wilayah lain di Lembah Klang.

Di wilayah yang berpenduduk sederhana seperti Lembah Klang Utara dan Lembah Klang Timur, penumpuan pusat membeli-belah adalah dari jenis *community* dan *neighborhood* yang memfokuskan operasi perniagaannya kepada penduduk setempat. Jumlah peletakan pusat membeli-belah bersaiz besar seperti *regional* yang sedikit di wilayah ini pula bersesuaian dengan bilangan penduduknya yang tidak terlalu tinggi. Pusat membeli-belah berstatus *super regional* pula tidak diletakkan langsung di wilayah-wilayah ini kerana pusat membeli-belah jenis ini lazimnya tertumpu di kawasan yang berkepadatan tinggi.

Walaupun bagaimanapun, terdapat sebuah pusat membeli-belah jenis *super regional* dibangunkan di wilayah yang mempunyai bilangan penduduk terendah iaitu di Lembah Klang Selatan. Namun, berdasarkan kedudukan pusat membeli-belah tersebut yang hampir dengan Lembah Klang Barat dan Lembah Klang Timur (Rajah 1), kemungkinan konsistensi kunjungan yang sebenar adalah diharapkan daripada penduduk di wilayah-wilayah berkenaan. Kekurangan pusat membeli-belah dari jenis lain di wilayah ini pula sesuai dengan populasi penduduk Lembah Klang Selatan yang lebih rendah berbanding wilayah lain di Lembah Klang.

## KESIMPULAN

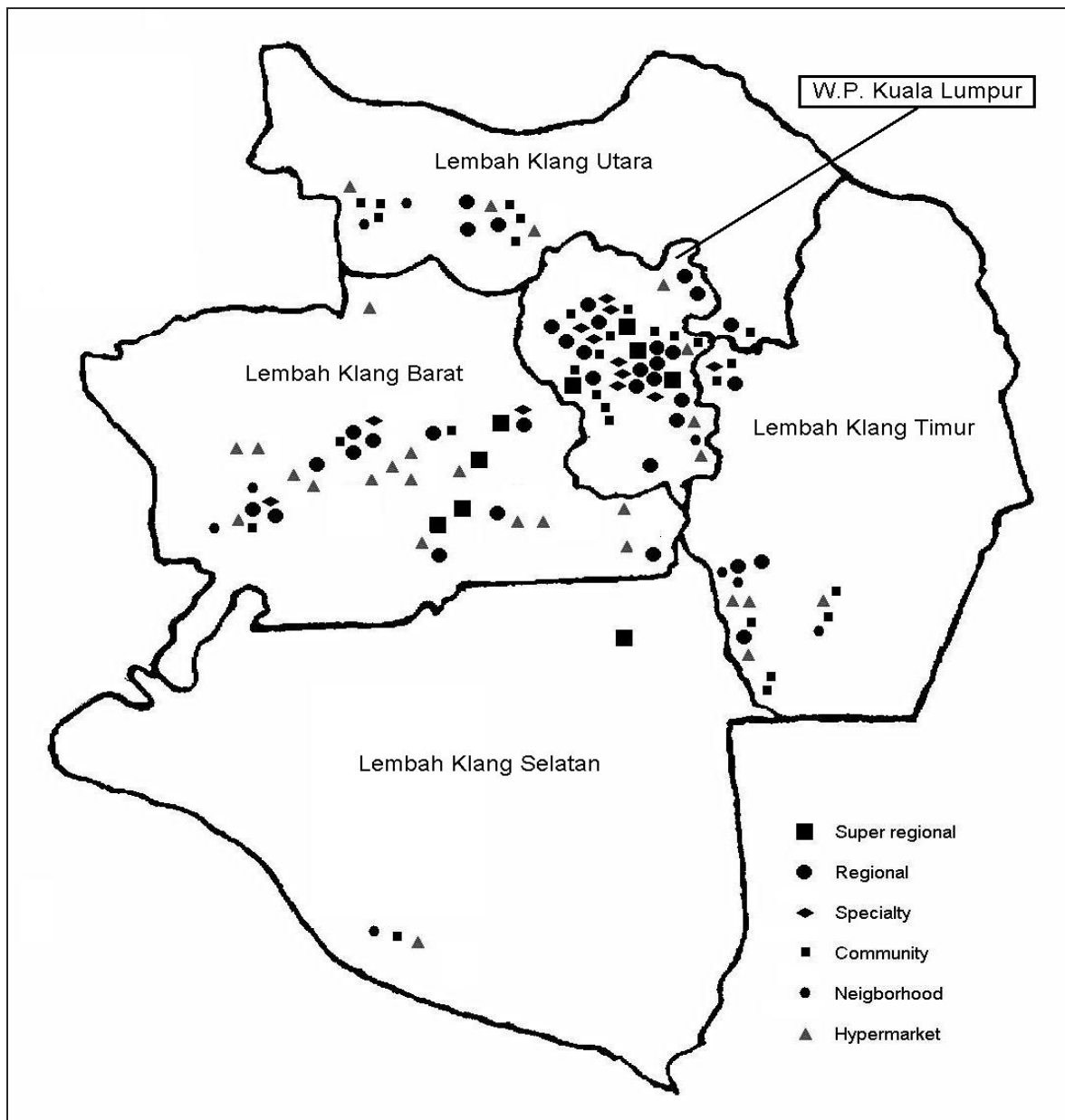
Kajian mendapati taburan semasa pusat membeli-belah di Lembah Klang bersifat berselerak di pelbagai wilayahnya mengikut kesesuaian populasi penduduk. Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur masih menjadi lokasi peletakan utama pusat membeli-belah di Lembah Klang. Namun, peletakan itu tidaklah tertumpu sepenuhnya di wilayah tersebut seperti pada tahun 1960-an hingga 1970-an. Wilayah-wilayah lain juga menjadi tumpuan para peniaga untuk membangunkan premis perniagaan mereka. Antara yang paling ketara adalah Lembah Klang Barat yang hampir menyamai Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dari segi jumlah peletakan pusat membeli-belahnya. Wilayah-wilayah lain seperti Lembah Klang Timur, Lembah Klang Utara dan Lembah Klang Selatan turut menempatkan beberapa buah pusat membeli-belah daripada pelbagai jenis walaupun dari segi jumlahnya, masih jauh berkurangan berbanding Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Lembah Klang Barat.

Dalam konteks kajian ini, pola peletakan pusat membeli-belah di Lembah Klang masa kini jelas bersesuaian dengan populasi penduduk di wilayah-wilayah berkaitan. Jumlah peletakan tertinggi di

JADUAL 2. Jumlah dan Jenis Pusat Membeli-belah di Lembah Klang

Wilayah	Jenis Pusat Membeli-belah						Jumlah
	<i>Super Regional</i>	<i>Regional</i>	<i>Specialty</i>	<i>Community</i>	<i>Neighborhood</i>	<i>Hyper market</i>	
Lembah Klang Barat	4	11	3	4	2	16	40
Lembah Klang Timur	0	4	1	6	4	4	19
Lembah Klang Utara	0	4	0	7	2	3	16
Lembah Klang Selatan	1	0	0	1	1	1	4
W.P. Kuala Lumpur	4	17	8	11	1	4	45

Sumber: Kajian Lapangan 2011



RAJAH 1. Kedudukan Wilayah di Lembah Klang dan Taburan Pusat Membeli-belah.

Sumber: Kajian Lapangan 2011

Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur adalah sesuai dengan populasi penduduknya yang tinggi. Begitu juga dengan Lembah Klang Barat yang turut mempunyai jumlah penduduk yang ramai. Peletakan pusat membeli-belah yang agak rendah di Lembah Klang Timur, Lembah Klang Utara dan Lembah Klang Selatan juga memperlihatkan kesesuaiannya dengan populasi penduduk yang mendiami wilayah terbabit.

## RUJUKAN

- Abd. Rahman Roslam. 2007. Fenomena kebanjiran hypermarket asing di Lembah Kelang: satu tinjauan. *Jati Journal of South East Asian Studies* 12: 175-187.
- Ahmed, Zafar U, Ghingold, Morry & Zainurin Dahari. 2007. Malaysian shopping mall behavior: an exploratory study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 19(4): 331-348.
- Aiken, S. Robert & Leigh, Colin H. 1975. Malaysia's emerging conurbation. *Annals of the Association of American Geographers* 65(4): 546-563.
- Bunnell, T, Barter, PA & Morshidi, S. 2002. City profile Kuala Lumpur metropolitan area: A globalizing city-region. *Cities* 19(5): 357-370.
- Dawson, J. A. 1980. *Retail Geography*. New York: John Wiley & Sons.
- Eddie, W.L. Cheng & Heng Li. 2004. Exploring quantitative methods for project location selection. *Building and Environment* 39:1467-1476.
- Hines, M.A. 1983. *Shopping Center Development and Investment* New York: John Wiley & Sons.
- Katiman Rostam, Mohd Fuad Mat Jali & Aishah@Eshah Hj Mohammad. 2010. Migrasi keluar dan rebakan bandar: bukti di pinggiran wilayah metropolitan Lembah Klang, Malaysia. *Jurnal E-Bangi* 5(2): 184-198.
- Katiman Rostam. 2010. Perubahan penduduk Wilayah Metropolitan Lanjutan Klang- Langat, Malaysia, 1957-2000. *Akademika* 79(Mei-Ogos): 1-18.
- Kaufman, C. Felker & Lane, Paul M. 1996. A new look at one-stop shopping: a TIMES model approach to matching store hours and shopper schedules. *Journal of Consumer Marketing* 13(1): 4-25.
- Kinley, Tammy R., Kim, Youn-Kyung, & Forney, Judith. 2002. Tourist-destination shopping center: An importance-performance analysis of attributes. *Journal of Shopping Center Research* 9(1): 51-72.
- Mulligan, Gordon F. 1984. Central place populations: some implications of consumer shopping behavior. *Annals of the Association of American Geographers* 74(1): 44-56.
- Nurul Indarti. 2004. Business location and success: the case of internet cafe in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business* 6(2): 171-192.
- Raine & Horne Inetrnational Zaki & Partners Sdn Bhd. 1995. *Trend of Shopping Centre Developments in Greater Klang Valley Towards 2005*. Kuala Lumpur: Raine, Horne International Zaki & Partners Sdn Bhd.
- Severin, V, Louviere, Jordan J. & Finn, A. 2001. The stability of retail shopping choices over time and across countries. *Journal of Retailing* 77: 185-201.
- Suharno, Ika Sulistiya. 2008. Analisis dan penyusunan strategi pemasaran *Hypermarket* (studi kasus: Giant hipermarket cabang baranangsiang bogar). *Buletin Ekonomi Perikanan* 8(2): 23-40.
- Thompson, Eric C. 2003. Malay male migrants: negotiating contested identities in Malaysia. *American Ethnologist* 30(3): 418-438.
- Mohd Yusof Hussain, Ph.D  
 Abd. Hair Awang, Ph.D  
 Suraiya Ishak, Ph.D  
 Mohd Fareed  
 Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan & Persekitaran  
 Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia  
 43600 Bangi, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
- Email: hmyusoff@ukm.my,  
 hair@ukm.my,  
 suraiya@ukm.my,  
 fareed.ukm@gmail.com