

**KAJIAN CORAK PEMBUAT PERJALANAN KE PUSAT MEMBELI BELAH
DI SEBERANG PERAI SELATAN**

Oleh

Norafizal Zuraidin Bin Abu Bakar

Disertasi ini dikemukakan kepada

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat

keperluan untuk ijazah dengan kepujian

SARJANA MUDA KEJURUTERAAN (KEJURUTERAAN AWAM)

Pusat Pengajian Kejuruteraan Awam

Universiti Sains Malaysia

Mac 2006

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu saya bersyukur kerana dapat menyiapkan projek tahun akhir saya ini.

Di kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak yang berkenaan yang membantu menjayakan kajian ini. Penghargaan ini saya tujukan kepada

- Penyelia akademik saya Profesor Madya Dr Ahmad Farhan Mohd Sadullah di atas sokongan dan bimbingan serta nasihat semasa menyiapkan projek tahun akhir ini.
- Khas buat pihak pengurusan pusat membeli belah Billion dan Summit diatas kerjasama yang diberikan.
- Tidak dilupakan juga kepada ibubapa saya yang telah banyak memberi sokongan serta nasihat untuk menyiapkan projek ini dengan cemerlangnya.
- Khas juga buat kawan-kawan saya yang telah membantu saya semasa menjalankan borang soal selidik di Billion dan Summit.
- Akhir sekali buat sahabat baik saya yang telah memberi tunjuk ajar semasa menyiapkan projek tahun akhir ini.

KANDUNGAN

	MUKA SURAT
PENGHARGAAN	ii
ISI KANDUNGAN	iii - iv
SENARAI JADUAL	vi - vii
SENARAI RAJAH	viii - ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB 1 PENGENALAN	1
BAB 2 SOROTAN LITERATUR	
2.1 LATAR BELAKANG	4
2.2 KAJIAN	4
2.3 PENGUKURAN DATA	13
BAB 3 METODOLOGI KAJIAN	
3.1 PENGENALAN	14
3.2 LOKASI KAJIAN	14
3.3 KAEDAH BORANG SOAL SELIDIK	21
3.31 CARA KAEDAH INI DIJALANKAN	24
3.32 DATA DAN ANALISIS	24
3.33 MAKLUM BALAS PENGUNJUNG	24
3.34 MASALAH YANG DIHADAPI	25
3.35 CARA MENGATASI MASALAH	25

BAB 4	KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN	
4.1	KEPUTUSAN	26
4.1.1	KAEDAH BORANG SOAL SELIDIK DI BILLION	26
4.1.2	KAEDAH BORANG SOAL SELIDIK DI SUMMIT	46
BAB 5	PERBANDINGAN ANTARA PUSAT MEMBELI BELAH	64
BAB 6	KESIMPULAN DAN CADANGAN	70
RUJUKAN		
LAMPIRAN		

LAMPIRAN

LAMPIRAN A: GAMBARAJAH PUSAT MEMBELI BELAH BILLION

LAMPIRAN B: GAMBARAJAH PUSAT MEMBELI BELAH SUMMIT

LAMPIRAN C: CONTOH BORANG SOAL SELIDIK

LAMPIRAN D: JADUAL

SENARAI JADUAL

- Jadual D1: Peratus pengunjung berdasarkan ragam pengangkutan ke pusat membeli belah Billion
- Jadual D2: Faktor peratus pengunjung menggunakan kereta dan van sebagai pengangkutan ke Billion
- Jadual D3: Faktor peratus pengunjung menggunakan motosikal sebagai pengangkutan ke Billion
- Jadual D4: Faktor peratus pengunjung menggunakan pengangkutan awam sebagai pengangkutan ke Billion
- Jadual D5: Faktor peratus pengunjung menggunakan basikal dan berjalan kaki sebagai pengangkutan ke Billion
- Jadual D6: Bilangan tempat meletak kenderaan samada mencukupi bagi kereta dan van di Billion
- Jadual D7: Bilangan tempat meletak motosikal samada mencukupi di Billion
- Jadual D8: Peratus pengunjung disebabkan tarikan pusat membeli belah Billion
- Jadual D9: Kekserapan pengunjung pergi membeli belah dalam tempoh sebulan di Billion
- Jadual D10: Tempoh membeli belah setiap pengunjung di Billion
- Jadual D11: Pusat membeli belah yang sering dikunjungi oleh pengunjung di Billion
- Jadual D12: Masalah yang dihadapi oleh pengunjung di Billion
- Jadual D13: Status pekerjaan bagi pengunjung lelaki di Billion
- Jadual D14: Status pekerjaan bagi pengunjung perempuan di Billion
- Jadual D15: Pendapatan bagi setiap pengunjung lelaki di Billion
- Jadual D16: Pendapatan bagi setiap pengunjung perempuan di Billion
- Jadual D17: Perbezaan umur bagi pengunjung lelaki dan perempuan ke pusat membeli belah Billion
- Jadual D18: Tempoh masa membeli belah bagi pengunjung lelaki dan perempuan di Billion

- Jadual D19: Peratus pengunjung berdasarkan ragam pengangkutan ke pusat membeli belah Summit
- Jadual D20: Faktor peratus pengunjung menggunakan kereta dan van sebagai pengangkutan ke Summit
- Jadual D21: Faktor peratus pengunjung menggunakan motosikal sebagai pengangkutan ke Summit
- Jadual D22: Faktor peratus pengunjung menggunakan pengangkutan awam sebagai pengangkutan ke Summit
- Jadual D23: Bilangan tempat meletak kenderaan samada mencukupi bagi kereta di Summit
- Jadual D24: Bilangan tempat meletak motosikal samada mencukupi di Summit
- Jadual D25: Peratus pengunjung disebabkan tarikan pusat membeli belah Summit
- Jadual D26: Kekerapan pengunjung pergi membeli belah dalam tempoh sebulan di Summit
- Jadual D27: Tempoh membeli belah setiap pengunjung di Summit
- Jadual D28: Pusat membeli belah yang sering dikunjungi oleh pengunjung di Summit
- Jadual D29: Masalah yang dihadapi oleh pengunjung di Summit
- Jadual D30: Status pekerjaan bagi pengunjung lelaki di Summit
- Jadual D31: Status pekerjaan bagi pengunjung perempuan di Summit
- Jadual D32: Pendapatan bagi setiap pengunjung lelaki di Summit
- Jadual D33: Pendapatan bagi setiap pengunjung perempuan di Summit
- Jadual D34: Perbezaan umur bagi pengunjung lelaki dan perempuan ke pusat membeli belah Summit
- Jadual D35: Tempoh masa membeli belah bagi pengunjung lelaki dan perempuan di Summit

SENARAI RAJAH

- Rajah 4.1: Peratus pengunjung berdasarkan ragam pengangkutan ke pusat membeli belah Billion
- Rajah 4.2: Faktor peratus pengunjung menggunakan kereta dan van sebagai pengangkutan ke Billion
- Rajah 4.3: Faktor peratus pengunjung menggunakan motosikal sebagai Pengangkutan ke Billion
- Rajah 4.4: Faktor peratus pengunjung menggunakan pengangkutan awam sebagai pengangkutan ke Billion
- Rajah 4.5: Faktor peratus pengunjung menggunakan basikal dan berjalan kaki sebagai pengangkutan ke Billion
- Rajah 4.6: Bilangan tempat meletak kenderaan samada mencukupi bagi kereta dan van di Billion
- Rajah 4.7: Bilangan tempat meletak motosikal samada mencukupi di Billion
- Rajah 4.8: Peratus pengunjung disebabkan tarikan pusat membeli belah Billion
- Rajah 4.9: Kekserapan pengunjung pergi membeli belah dalam tempoh sebulan di Billion
- Rajah 4.10: Tempoh membeli belah setiap pengunjung di Billion
- Rajah 4.11: Pusat membeli belah yang sering dikunjungi oleh pengunjung di Billion
- Rajah 4.12: Masalah yang dihadapi oleh pengunjung di Billion
- Rajah 4.13: Status pekerjaan bagi pengunjung lelaki di Billion
- Rajah 4.14: Status pekerjaan bagi pengunjung perempuan di Billion
- Rajah 4.15: Pendapatan bagi setiap pengunjung lelaki di Billion
- Rajah 4.16: Pendapatan bagi setiap pengunjung perempuan di Billion
- Rajah 4.17: Perbezaan umur bagi pengunjung lelaki dan perempuan ke pusat membeli belah Billion
- Rajah 4.18: Tempoh masa membeli belah bagi pengunjung lelaki dan perempuan di Billion

- Rajah 4.19: Peratus pengunjung berdasarkan ragam pengangkutan ke pusat membeli Belah Summit
- Rajah 4.20: Faktor peratus pengunjung menggunakan pengangkutan awam sebagai pengangkutan ke Summit
- Rajah 4.21: Faktor peratus pengunjung menggunakan kereta ke Summit
- Rajah 4.22: Faktor peratus pengunjung menggunakan motosikal sebagai pengangkutan ke Summit pengangkutan ke Summit
- Rajah 4.23: Bilangan tempat meletak kenderaan samada mencukupi bagi kereta di Summit
- Rajah 4.24: Bilangan tempat meletak motosikal samada mencukupi di Summit
- Rajah 4.25: Peratus pengunjung disebabkan tarikan pusat membeli belah Summit
- Rajah 4.26: Kekerapan pengunjung pergi membeli belah dalam tempoh sebulan di Summit
- Rajah 4.27: Tempoh membeli belah setiap pengunjung di Summit
- Rajah 4.28: Pusat membeli belah yang sering dikunjungi oleh pengunjung di Summit
- Rajah 4.29: Masalah yang dihadapi oleh pengunjung di Summit
- Rajah 4.30: Status pekerjaan bagi pengunjung lelaki di Summit
- Rajah 4.31: Status pekerjaan bagi pengunjung perempuan di Summit
- Rajah 4.32: Pendapatan bagi setiap pengunjung lelaki di Summit
- Rajah 4.33: Pendapatan bagi setiap pengunjung perempuan di Summit
- Rajah 4.34: Perbezaan umur bagi pengunjung lelaki dan perempuan ke pusat membeli belah Summit
- Rajah 4.35: Tempoh masa membeli belah bagi pengunjung lelaki dan perempuan di Summit

ABSTRAK

Kajian ini membincangkan Corak pembuat perjalanan ke pusat membeli belah di Seberang Perai Selatan. Lokasi yang dipilih ialah pusat membeli belah Billion di Parit Buntar dan pusat membeli belah Summit di Bukit Mertajam. Maklumat yang diperolehi mengenai rangkaian perjalanan, maklumat pengunjung dan maklumat mengenai pusat membeli belah itu sendiri. Kaedah yang dijalankan semasa kajian ini ialah kaedah borang soal selidik secara temuramah. Melalui kaedah borang soal selidik ini tarikan pusat membeli belah, rangkaian perjalanan, ragam pengangkutan, kekerapan dan tempoh membeli belah dapat ditunjukkan. Keberkesanan ruang meletak kenderaan bagi kereta dan motosikal juga turut dianalisa. Perbezaan antara kedua-dua pusat membeli belah ini juga diperhatikan untuk menunjukkan kelebihan dan kekurangan pusat membeli belah. Selain itu, perbezaan sikap antara lelaki dan perempuan dalam membeli belah juga dapat diperhatikan. Perempuan memperuntukkan tempoh masa membeli belah yang lama berbanding lelaki. Selain itu analisa juga menunjukkan perbezaan dan persamaan terhadap kajian-kajian yang pernah dibuat mengenai pusat membeli belah. Rangkaian perjalanan iaitu dari rumah – pusat membeli belah – rumah merupakan rangkaian perjalanan tertinggi yang dibuat oleh pengunjung samada lelaki atau perempuan. Selain itu pengunjung lebih suka membeli belah berdekatan dengan tempat tinggal dan barangan yang di sediakan oleh pusat membeli belah adalah pelbagai dan senang didapati. Faktor-faktor ini merupakan tarikan utama pengunjung untuk pergi membeli belah. Dengan adanya maklumat ini memberi gambaran tentang pengunjung, rangkaian perjalanan dan tarikan pusat membeli belah itu sendiri.

ABSTRACT

The purpose of this report is to present on the research entitled “Study on Travel Behavior of Shopping Trip makers in Seberang Perai Selatan”. The selected location is the Billion malls in Parit Buntar and The Summit in Bukit Mertajam. Information regarding the path taken to these malls, the visitors and the information of the malls themselves were gathered. The methods applied during the research were using questionnaires with interviews. Through the questionnaire, information regarding the types of transport, the frequency and the duration of visits are analyzed. The effectiveness of the vehicles parking facility is also analyzed. The differences between the two malls are observed to show the advantages and disadvantages that they have. Other than that, the time the male and female visitors spent at the malls is also recorded and generally females spend more time for shopping. Other than that, analysis serves to show the different and similarity of all the researches that have been done before about shopping malls. After that home – mall – home is the highest trip pattern that was taken by the visitors, men and women. It was found that visitors to the mall prefer shopping at a place convenient to them, malls that are nearer to their home and that offer the range of merchandise that they want. These factors are the main attraction for these visitors to come and visit the malls. From this information, it given a rough perspective on the visitors, the path taken and the attractions of the shopping complex.

BAB 1

PENGENALAN

Kemunculan pusat membeli belah di sesuatu kawasan mengundang pelbagai fenomena. Antaranya kita melihat para pengunjung mengunjungi kompleks membeli belah yang besar lagi canggih. Sememangnya pusat membeli belah kini menjadi salah satu tempat rekreasi untuk menghabiskan masa lapang bersama keluarga dan tempat untuk membeli barangan keperluan.

Sesuatu kompleks membeli belah menjadi tumpuan kepada pengunjung mesti mempunyai sebab yang tersendiri. Pertambahan pengunjung ke kompleks membeli belah sebenarnya ialah kesan langsung daripada perkembangan ekonomi yang stabil, yang mengalakkan peningkatan dalam bilangan pusat membeli belah. Pusat membeli belah yang berdekatan dengan kawasan perumahan menyebabkan penduduk senang untuk memperolehi segala keperluan dan menikmati segala keselesaan. Tambahan pula jaringan pengangkutan yang amat baik berserta kosnya yang berpatutan membuat ramai orang tidak keberatan untuk pergi ke pusat membeli belah walaupun agak jauh dari tempat kediaman.

Kompleks membeli belah juga menyediakan pelbagai kemudahan dan hiburan dan ini merupakan satu faktor tarikan kepada pengunjung. Kemudahan dan hiburan yang dimaksudkan antaranya pelbagai jenis kedai, tempat makan, panggung wayang, kafe siber, pejabat pos, mesin wang, perpustakaan, kawasan meletak kenderaan dan lain-lain.

Kemudahan-kemudahan ini menambahkan lagi tarikan sesuatu pusat membeli belah. Selain itu kepelbagaian fungsi pusat membeli belah membolehkannya memenuhi kehendak dan citarasa setiap pengunjung.

Seberang Perai Selatan mempunyai beberapa pusat membeli belah yang popular. Setiap pusat membeli belah terdapat tarikan dan kemudahan yang tersendiri. Seseengah pusat membeli belah mempunyai kemudahan yang pelbagai seperti panggung wayang, kedai makan dan lain-lain. Summit misalnya menyediakan kemudahan pengangkutan awam seperti bas dan teksi. Kemudahan ini memudahkan pengunjung untuk pergi ke pusat membeli belah ini. Selain itu terdapat kemudahan lain juga disediakan antaranya atm, kedai makan, permainan bowling dan lain-lain. Disamping itu Summit terletak di pusat bandar Bukit Mertajam dan berdekatan dengan pusat kerajaan dan swasta. Summit mengalami kesesakan pada waktu puncak kerana jalannya yang sempit serta dikelilingi oleh pusat perniagaan dan pentadbiran.

Tetapi berbeza pula dengan Billion yang tidak menyediakan kemudahan pengangkutan awam dan pelbagai kemudahan lain seperti Summit. Billion mengharapkan stesen bas Parit Buntar dan kemudahan lain yang berdekatan dengan Billion seperti bank dan sebagainya. Billion juga terletak di pusat bandar dan berdekatan dengan kedai-kedai perniagaan. Perbezaan yang ketara ini membolehkan kelebihan dan kekurangan pusat membeli belah ini dapat dibandingkan serta mengetahui sejauh manakah faktor pengangkutan dan faktor-faktor lain seperti sosial - ekonomi dan lokasi mempengaruhi pengunjung untuk datang ke pusat membeli belah. Maka dengan itu corak pembuatan perjalanan ke pusat membeli belah di Seberang perai Selatan dapat diketahui agar

maklumat ini dapat dijadikan strategi untuk menarik pengunjung ke pusat membeli belah ini.

OBJEKTIF KAJIAN

Antara objektif-objektif kajian ini ialah:

- a. Mengenalpasti rangkaian perjalanan pengguna dan corak pengguna dari segi kekerapan dan tempoh masa membeli belah.
- b. Menentukan faktor –faktor tarikan pusat membeli belah dan keberkesanan tempat meletak kenderaan.
- c. Menentukan ragam pengangkutan yang dibuat oleh pengguna untuk pergi ke pusat membeli belah dan faktor pengguna menggunakannya.

BAB 2

KAJIAN PERSURATAN

2.1 LATAR BELAKANG

Secara amnya, bahagian ini akan menyentuh aspek-aspek dari segi kajian dan data secara terperinci ke atas topik kajian iaitu Corak Pembuat Perjalanan Membeli Belah di Seberang Perai Selatan.

2.2 KAJIAN

Pada awal 1950 an, pengkaji pengangkutan menyedari adanya hubungan asas diantara lalulintas dengan kegiatan guna tanah (Bruton, 1970). Ini membawa kepada kegiatan pelbagai ciri penggunaan tanah dengan keperluan pengangkutan. Kegiatan guna tanah merupakan penjana perjalanan. Guna tanah yang berlainan memberikan ciri-ciri penjanaan yang berlainan. Menurut "Trip Generation Fifth Edition", tujuan utama pengumpulan data dalam model penjanaan perjalanan adalah bagi menyediakan atau mencari satu hubungan antara perbuatan melakukan perjalanan dengan keadaan guna tanah dan sosio-ekonomi yang boleh dirumuskan dengan menggunakan persamaan.

Penjanaan perjalanan bermaksud jumlah perjalanan kenderaan sebagai satu fungsi terhadap penggunaan tanah. Jurutera pengangkutan membuat kajian jumlah perjalanan ialah kenderaan dari satu kawasan ke pelbagai lokasi lain. Setiap penggunaan tanah sebagai penjanaan perjalanan yang mengaitkan kenderaan kepada kriteria penggunaan tanah (Donald C. Shoup, 1997).

Menurut kajian trafik yang telah dijalankan terhadap sebuah bandar Newbury oleh sekumpulan jurutera (Ministry of Transport, 1963). Tiga kategori penjanaan perjalanan akan berlaku pada masa akan datang. Kategori pertama penjanaan pergi balik dari tempat bekerja manakala kategori kedua perjalanan ke pusat membeli belah dan yang ketiga berkaitan dengan industri, komersial dan urusan perniagaan.

Secara umumnya semua perjalanan boleh dibahagikan kepada 2 jenis iaitu perjalanan yang berasaskan rumah dan perjalanan yang bukan berasaskan rumah. Perjalanan berasaskan rumah ialah semua perjalanan yang bermula atau berakhir di rumah. Antara perjalanan berasaskan rumah termasuklah perjalanan pergi bekerja, ke sekolah, ke pasar dan pergi membeli belah. Pada kebiasaannya perjalanan berasaskan rumah adalah 80 % hingga 90 % daripada jumlah perjalanan (Hutchingson, 1974). Perjalanan yang bukan berasaskan rumah ialah mana-mana perjalanan yang bukan bermula dan berakhir di rumah. Contoh perjalanan jenis ini ialah perjalanan perniagaan yang bermula dari pejabat ke pejabat lain atau dari kedai ke kedai lain. Lazimnya perjalanan bukan berasaskan rumah ini dilakukan dalam masa yang berbeza daripada perjalanan yang berasaskan rumah. Kebanyakan perjalanan berasaskan rumah dilakukan pada waktu pagi dan petang, manakala perjalanan yang bukan berasaskan rumah kebanyakannya dilakukan antara waktu kesesakan akibat perjalanan berasaskan rumah.

Berdasarkan “Regional Report:Travel Behavior Inventory Summary Report” (1990) menjelaskan keadaan sesuatu tempat banyak mempengaruhi keadaan lalulintas dalam menarik atau menjana perjalanan sebagai contoh sebuah ladang menjana sedikit lalulintas berbanding sebuah pusat membeli belah. Kawasan perumahan menjana kadar perjalanan

antara 6 % -8 % kenderaan setiap hari. Manakala kawasan bukan perumahan seperti pejabat dan pusat membeli belah menunjukkan peningkatan kadar perjalanan berbanding perumahan. Waktu petang “ rush hour ” bukan didominasi oleh pekerja tetapi perjalanan ke pusat membeli belah dan pusat perkhidmatan lain. Keperluan suri rumah dan pekerja yang pergi membeli belah selepas waktu bekerja menyebabkan kesesakan lalulintas pada waktu petang. Selain itu kajian dijalankan terhadap tabiat perjalanan dan tidak hanya bergantung kepada data pengiraan transit dan lebuh raya. Segala maklumat yang diperolehi amat penting untuk digunakan bagi pembangunan model untuk mensimulasikan variasi komponen-komponen tabiat perjalanan. Contohnya hak milik, frekuensi perjalanan antara asalan dan destinasi dengan menggunakan pelbagai ragam pengangkutan.

Terdapat perbezaan yang ketara dalam jumlah penjalanan bagi satu kawasan mengikut hari, contohnya kadar penjalanan perjalanan pada hari biasa berbeza dengan kadar hari minggu. Kajian yang telah dijalankan oleh Goodwin (1978) menunjukkan penggunaan data hari ke hari. Daripada analisis kajian beliau yang dijalankan di Oxford didapati 65 % kereta tidak digunakan pada hari biasa manakala 18 % digunakan pada hari biasa dan hanya 5 % tidak digunakan langsung. Ini menunjukkan kereta digunakan pada hujung minggu.

Kebanyakan kajian terkini menunjukkan kegunaan analisis aktiviti yang diketahui asalan akan menghasilkan perjalanan yang mempunyai multi-tujuan secara tabiinya (Golob & Golob 1983; Damm 1983). Contohnya perjalanan yang mempunyai pelbagai tujuan sebelum destinasi iaitu tempat bekerja akan memberikan banyak fungsi

terutamanya dalam menguruskan tabiat seisi rumah (Hanson, 1980) atau memberikan impak terhadap pemilihan destinasi dan seterusnya (Kitamura, 1984). Namun penyelidikan yang dijalankan masih lagi agak lembap dari aspek konsep dan penilaian terhadap perjalanan ke tempat kerja melainkan mentafsirkan sebagai perjalanan yang tunggal walaupun sudah terdapat pelbagai bukti menerangkan perjalanan yang mempunyai pelbagai tujuan

Pengangkutan darat sama ada kenderaan persendirian atau pun kenderaan awam merupakan salah satu entiti yang digunakan oleh masyarakat untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Ia memainkan peranan yang penting sebagai media perhubungan yang dapat menjana aktiviti harian penduduk. Perkembangan pengangkutan juga tidak dapat dinafikan secara tidak langsung akan mencorak perkembangan sesebuah tempat. Colin Clark (1951) seorang pakar ekonomi dalam journalnya bertajuk “ Urban Population Densities ” turut berpendapat bahawa Revolusi Perindustrian yang tercetus di Eropah lebih kurang 200 tahun dahulu berpunca daripada perkembangan kemudahan pengangkutan.

Kajian yang dibuat di Twin Cities iaitu di United States (1990) mendapati pemilihan pengangkutan untuk melakukan perjalanan bergantung kepada beberapa sebab. Pemilihan kereta sebagai pengangkutan untuk melakukan perjalanan kerana tiada pilihan lain selain kereta. Manakala pengangkutan awam dipilih bergantung kepada kos, keselesaan, sikap, alasan peribadi serta faktor lain. Menunggang motosikal dan berjalan kaki adalah pilihan yang terakhir kerana jarak yang dekat dan cuaca yang baik maka pengangkutan ini dipilih. Selain itu kajian ini juga mendapati kebanyakan penduduk di Twin Cities pergi

membeli belah antara pukul 9.00 pagi hingga 9.00 malam. Ini adalah amat berbeza pada tahun 1970 dimana waktu pergi membeli belah kebiasaanya pada waktu tengahari dan petang. Rantaian perjalanan juga mendapati sebelum tahun 1990, lazimnya perjalanan dari rumah ke tempat kerja pada waktu pagi dan pulang ke pinggir kota sebelah petang. Tetapi melalui kajian ini, rantaian perjalanan berubah iaitu bertumpu pada kawasan pembangunan seperti tempat kerja sebelah pagi dan pusat membeli belah sebelah petang.

Berdasarkan “Institute of Transportation Engineer” mengkategorikan pusat membeli belah sebagai sebuah kedai yang menjual pelbagai makanan, barang bungkusan, alat pencuci dan alatan kelengkapan rumah. Selain itu pusat membeli belah juga perlu menyediakan kemudahan mesin wang, farmasi, kedai gambar dan kedai menyewa video. Keluasan sebuah pasaraya berada dalam julat antara 27000 kaki persegi – 53000 kaki persegi dengan berdasarkan keluasan kedai kecil (Brehmer, Christopher L, Butorac, Marc A , 2003).

Menurut “Trip Generation Fifth Edition” (Dr. Donald Shoup, 1991) pusat membeli belah didefinisikan sebagai satu kumpulan penubuhan komersial integrasi yang telah dibangunkan, dirancang serta diuruskan sebagai satu unit. Komposisinya bergantung kepada pasaran dengan mengambil kira faktor-faktor lokasi, saiz dan jenis pusat membeli belah yang dibuka di sesebuah kawasan. Setiap pusat membeli belah seharusnya menyediakan tempat meletak kenderaan dan mempunyai ruang pejabat, pawagam, bank, kelab riadah dan pelbagai kemudahan rekreasi bagi para pengunjung.

R.W Vickerman dan T.A.Barmby (1984) telah melaporkan dalam kajiannya yang bertajuk “The Structure of Shopping Travel” bahawa perjalanan yang dilakukan untuk tujuan membeli belah kebiasaanya berada di tempat kedua selepas perjalanan ke tempat kerja. Selain itu faktor kekerapan membeli belah adalah pelbagai dan sentiasa berubah-ubah mengikut keadaan. Contohnya semakin tinggi kos untuk pergi membeli belah maka semakin berkuranglah bilangan perjalanan yang akan dibuat pada masa-masa tertentu.

Terdapat 5 faktor penarik yang menyumbang kepada sikap pengguna untuk ke pusat membeli belah antaranya harga murah, perbandingan pusat membeli belah, pelbagai kemudahan, lokasi kawasan dan masa operasi yang fleksibel. Faktor-faktor ini merupakan faktor utama yang dikenalpasti dalam menarik pengguna sebelum mereka berkunjung ke pusat membeli belah (Dick Nelson dan John S.Niles, 1999). Menurut kajian ini lagi faktor-faktor yang menentukan lokasi tempat sesuatu jualan dibuka mestilah berada dalam kawasan tempat jualan lain. Ini memudahkan kemudahan dapat dikongsi bersama dan pengurangan dari segi kos pengangkutan dan jarak perjalanan. Selain itu kawasan jualan mestilah berada dalam kawasan yang menyediakan pengangkutan serta menyediakan semua kemudahan. Kawasan jualan juga mestilah senang untuk dilihat dan mempunyai laluan masuk dan keluar agar memudahkan pengguna untuk pergi membeli belah.

Pengunjung kebiasaanya lebih suka membuat perjalanan ke pusat membeli belah dengan menggunakan kenderaan sendiri, ini memudahkan mereka untuk membawa pulang barangan yang berat, bersaiz besar serta dalam kuantiti yang banyak. Walaubagaimanapun keadaan yang sebaliknya mungkin berlaku. Menurut kajian yang

telah dilakukan oleh Tyne and Wear Country Council (1992) dalam kes yang melibatkan pasaraya layan diri “Do it yourself (D.I.Y.) Stores” sejumlah besar pelanggan akan tiba ke pasaraya dengan pengangkutan awam sekiranya pasaraya tersebut menyediakan kemudahan keluar masuk bagi pengangkutan ini bagi mengelakkan kesesakan lalulintas

Kajian yang dibuat oleh Noralida Hamdan (1993) melihat perbandingan antara penggunaan mod-mod tertentu untuk tujuan trip membeli-belah di antara dua lokasi yang mempunyai ciri aktiviti perniagaan yang berbeza. Subang Parade di kawasan Subang Jaya ialah kompleks membeli-belah pinggir Bandar yang terpanjang di Asia Tenggara. Jalan Tuanku Abdul Rahman (TAR) terletak di pusat bandar Kuala Lumpur dan mempunyai ciri ketersampaian yang lebih baik kepada pengunjung-pengunjung di mana mod pengangkutan awam lebih mudah didapati di Jalan TAR tersebut. Satu contoh perbezaan ialah penyelidik mendapati 65 peratus responden di Subang Parade datang daripada isi rumah yang memiliki van atau kereta berbanding dengan 29 peratus bagi responden-responden di Jalan Tuanku Abdul Rahman. Pengunjung di Subang Parade lebih kerap membeli-belah di lokasi tersebut iaitu sekurang-kurangnya sekali dalam seminggu. Ini disebabkan oleh jarak tempat tinggal yang berhampiran dengan kompleks tersebut dan kemudahan penggunaan pengangkutan persendirian

Kajian yang dilakukan di pusat membeli belah iaitu Ipoh Parade (Wan Sharizan, 1998) di Ipoh mendapati ragam pengangkutan yang utama dipilih oleh pengunjung ialah berjalan kaki. Kebanyakan pengunjung adalah daripada golongan remaja dan tidak mempunyai kenderaan persendirian. Ditambah pula dengan perkhidmatan bas yang tidak disediakan serta tambang teksi yang mahal maka menyebabkan pengangkutan cara ini dipilih. Selain

itu pada hari Sabtu dan Ahad merupakan hari yang ramai pengguna berkunjung ke pusat membeli belah ini. Ini adalah kerana terdapat faktor-faktor penarik antaranya pawagam yang menyediakan cerita-cerita yang menarik, pameran kereta-kereta mewah dan kedai makan yang menyediakan 20 jenis makanan serta kemudahan 650 tempat duduk. Golongan perempuan merupakan pengunjung yang paling ramai pergi membeli belah berbanding lelaki. Kebanyakan perempuan yang pergi membeli belah ialah daripada golongan yang tidak bekerja.

Kajian ini dilakukan di Jaya Jusco iaitu pusat membeli belah yang terbesar di Ipoh (Syed Sharifah, 1999) mendapati bahawa kebanyakan rangkaian pengunjung ialah daripada rumah ke Jaya Jusco dan selepas itu ke pusat membeli belah lain bagi golongan perempuan dan bagi golongan lelaki ialah daripada rumah ke Jaya Jusco dan pulang ke rumah semula. Selain itu golongan perempuan juga mencatatkan tempoh masa membeli belah yang lama iaitu antara 1 hingga 2 jam. Kereta merupakan pengangkutan yang utama untuk pergi ke Jaya Jusco. Ini adalah kerana terdapat kawasan letak kereta yang banyak serta percuma menyebabkan pengunjung lebih suka menaiki kereta. Jaya Jusco menjadi pilihan kepada pengunjung kerana beberapa tarikan antaranya suasana yang menarik, kawasan yang luas dan pelbagai barangan mudah didapati. Kemudahan meletak kenderaan yang percuma dan mencukupi menyebabkan ia menjadi pilihan kepada pengguna. Melalui kajian ini juga didapati pengunjung mengunjungi Jaya Jusco purata sekali dalam sebulan dengan membeli secara pukal. Kemudahan bas dan teksi yang disediakan menyebabkan pengunjung berasa selesa dan memudahkan untuk pergi ke tempat lain.

Terdapat banyak kajian yang telah dilakukan untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan perjalanan ke pusat membeli belah tetapi hanya sedikit sahaja analisis yang dilakukan berkaitan dengan corak pembuat perjalanan itu sendiri. Untuk memahami kriteria perjalanan ke pusat membeli belah, kita seharusnya mengenalpasti kriteria tarikan untuk memilih pasaraya berbanding pasaraya yang lain serta mengambil kira faktor-faktor lain yang menyumbang ke arah kekerapan mengunjungi pasaraya tersebut (Robert W.Bacon, 1984).

Rumusan yang diperolehi dari kajian “Duration of Trip making activities by men and women – A Survival Analysis” oleh Debbie A.Niemeier & June G.Morita (1995) memperlihatkan bahawa faktor jantina merupakan petunjuk yang terpenting bagi menentukan jangka masa setiap penghuni rumah membeli belah.

2.3 PENGUKURAN DATA

Terdapat pelbagai cara yang boleh dilakukan untuk mendapatkan data bagi kajian ini.

Walaupun kajian ini meliputi satu kaedah sahaja iaitu:

1. Kaedah borang soal- selidik secara temuramah.
2. Kaedah tinjauan di lokasi kajian

Kaedah borang soal selidik ini secara temuramah ini lebih sesuai diadakan kerana penemuduga terus secara langsung bertanyakan soalan kepada pengunjung. Soalan yang dikemukakan terbahagi kepada latar belakang pengunjung, ragam pengangkutan, sikap pengunjung serta maklumat pusat membeli belah itu sendiri. Pengunjung juga boleh terus bertanyakan kepada penemuduga soalan yang tidak jelas. Maka kekeliruan dapat dielakkan untuk mendapat hasil analisa yang tepat. Kaedah ini dijalankan pada hari biasa dan hujung minggu pada pukul 11 pagi hingga 4 petang. Terdapat 4 hingga 5 orang penemuduga untuk bertanyakan soalan kepada pengunjung yang datang ke pusat membeli belah ini.

Selain itu tinjauan di lokasi kajian juga dijalankan untuk menentukan pusat membeli belah itu sesuai untuk menjalankan kajian. Semasa menjalankan tinjauan maka ia akan lebih jelas kerana melihat sendiri suasana serta keadaan di pusat membeli belah ini. Oleh itu hasil tinjauan ini dapat menyokong keputusan yang dihasilkan melalui borang soal selidik dengan yang berlaku di lokasi kajian. Struktur lokasi serta rekabentuk keadaan pusat membeli belah juga dilihat untuk menentukan samada ia mempengaruhi pengunjung untuk datang ke pusat membeli belah ini.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 PENGENALAN

Bahagian ini secara khusus akan menyentuh aspek bagaimana data diambil semasa kajian ini dijalankan iaitu

1. Kaedah borang soal selidik secara temuramah
2. Kaedah tinjauan di lokasi kajian

Kaedah ini bertujuan mengkaji ciri-ciri pengunjung ke pusat membeli belah, lokasi serta mengetahui maklumat berkaitan pusat membeli belah itu sendiri.

3.2 LOKASI KAJIAN

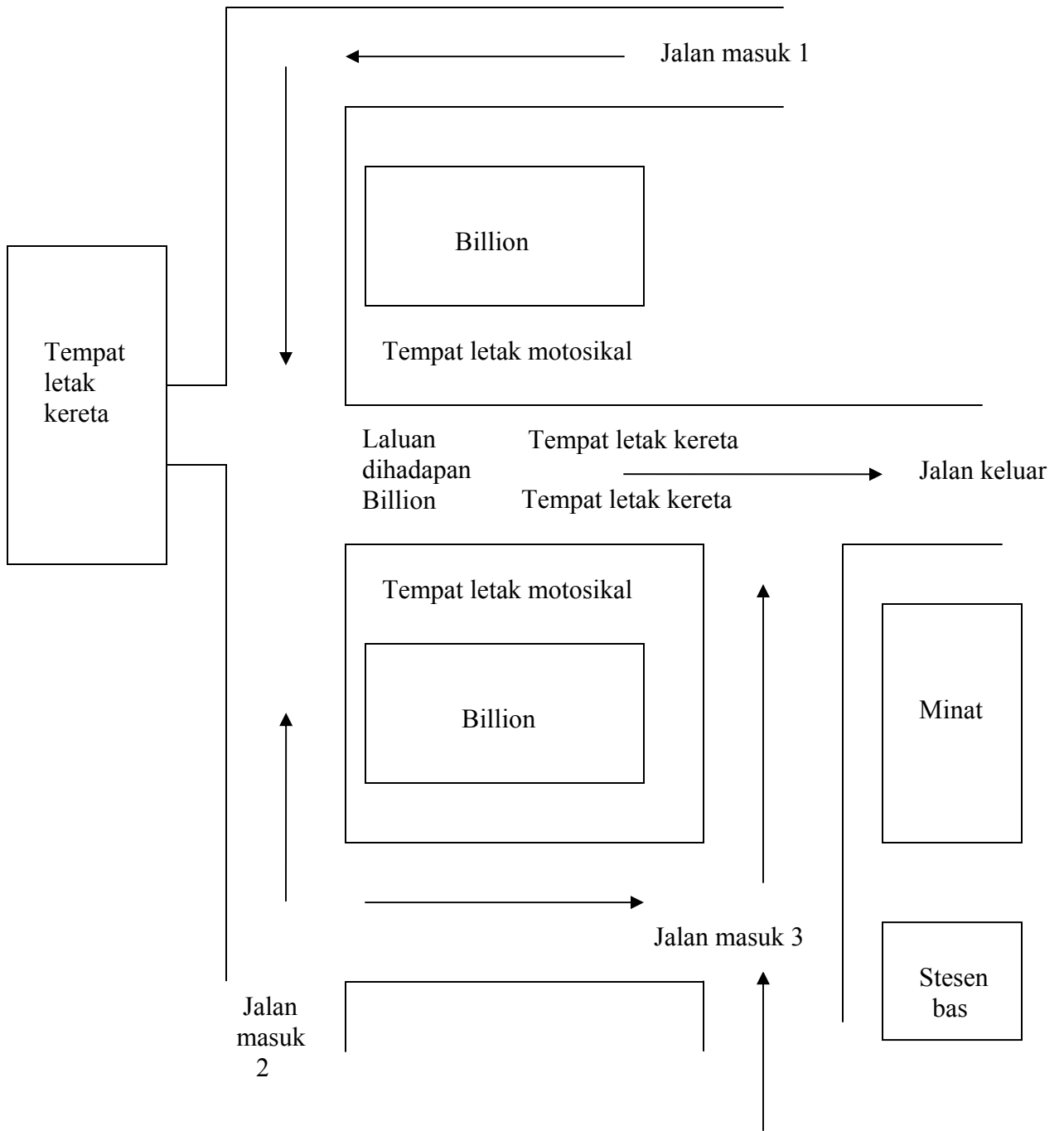
Bandaraya Seberang Perai Selatan yang semakin hari semakin sibuk menyediakan pelbagai kemudahan untuk dimanfaatkan oleh para penduduknya. Antara yang dikenalpasti ialah kewujudan pelbagai pusat membeli belah yang membekalkan pelbagai barangan untuk kegunaan harian. Terdapat lebih kurang 5 pusat membeli belah di Seberang Perai Selatan antaranya Billion, Minat, Kamdar, Yawata dan Summit. Bagi kajian ini pusat membeli belah yang dipilih ialah Summit di Bukit Mertajam dan Billion di Parit Buntar.

Pemilihan pusat membeli belah ini disebabkan ia menjadi pusat membeli belah yang popular dikalangan pengunjung. Selain itu kesesuaian untuk mengadakan kajian soal selidik kerana kawasan yang strategik serta berdekatan dengan kawasan perumahan. Ditambah pula perbezaan yang ketara dari segi kemudahan yang ditawarkan di kedua-dua pusat membeli belah ini tetapi ia masih lagi menjadi tarikan kepada pengunjung.

Pusat membeli belah Billion telah dibuka pada tahun 1993 dan merupakan pusat membeli belah yang terbesar di Parit Buntar. Billion ini terbahagi kepada 2 bangunan iaitu bangunan untuk membeli barangan keperluan seperti barang makanan, barangan elektrik serta peralatan tulis dan bangunan yang menyediakan keperluan pakaian. Keluasan bagi bangunan untuk barangan keperluan ialah 8000 kaki persegi manakala bangunan untuk pakaian pula 6000 kaki persegi. Kos bagi pembinaan Billion ini dalam lingkungan RM 2 juta ringgit.

Sebanyak 200 orang pekerja yang bekerja di Billion dan terdapat 2 shif masa bekerja iaitu dari pukul 10.30 pagi hingga 7.30 malam dan dari pukul 1.30 petang hingga 10.30 malam. Billion mula beroperasi dari pukul 10.30 pagi dan berakhir pada pukul 10.30 malam dan dibuka setiap hari. Selain itu Billion juga menyediakan kemudahan meletak kereta tetapi dikenakan bayaran mengikut tempoh meletak kenderaan. Bayaran sebanyak RM 0.60 sejam dikenakan tetapi bagi pengunjung yang menunjukkan resit pembelian barangan keperluan, tempat meletak kenderaan adalah percuma. Sebanyak 170 tempat meletak kenderaan disediakan oleh pusat membeli belah Billion dan bagi kemudahan meletak motosikal ia adalah percuma.

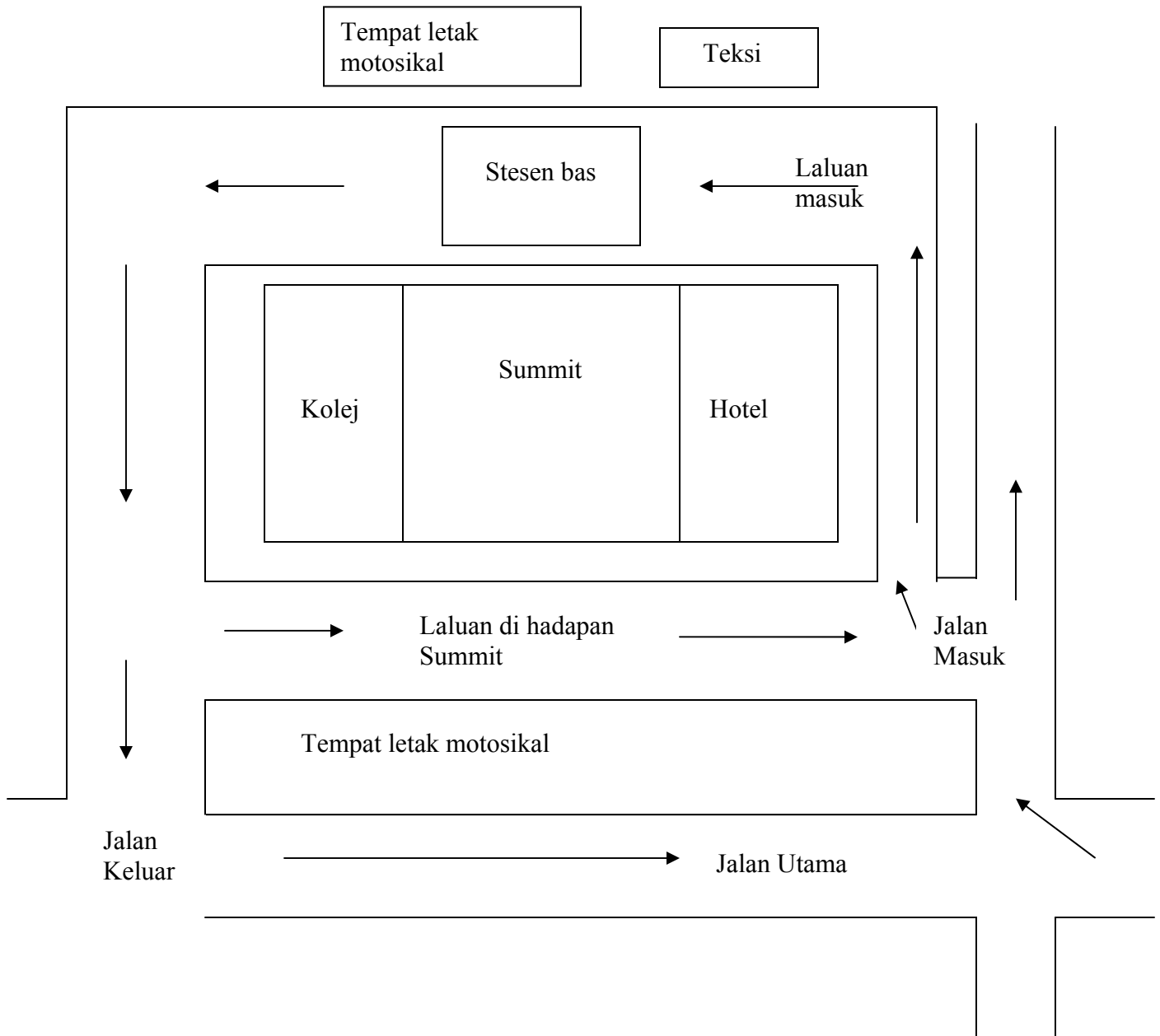
Pelan Billion



Billion mempunyai 3 jalan masuk dan 1 jalan keluar untuk pergi ke pusat membeli belah ini. Laluan dihadapan Billion mempunyai jalan sehalu tetapi 2 lorong untuk memudahkan pengunjung untuk keluar dari pusat membeli belah ini. Jalan masuk 1 ialah dari Bank Giro belok ke kanan dan jalan masuk ke 2 ialah dari stesen minyak Petronas dan belok ke kiri. Manakala jalan masuk ke 3 ialah dari perhentian teksi yang terletak berdekatan dengan stesen bas Parit Buntar. Jalan keluar ialah jalan yang keluar melalui KFC dan menuju jalan utama Parit Buntar. Terdapat tempat letak kereta di sebelah kiri dan hadapan Billion. Tempat letak kereta di sebelah kiri terdapat 170 ruang tempat letak kereta dan disediakan oleh pihak pengurusan Billion. Caj yang dikenakan ialah RM 0.60 sejam tetapi bagi pengunjung yang menunjukkan resit pembelian maka di kecualikan bayaran. Selain itu dihadapan Billion juga terdapat ruang tempat letak kereta tetapi disediakan oleh Majlis Perbandaran Seberang Perai. Ruang meletak motosikal juga disediakan dihadapan Billion dan tidak dikenakan bayaran. Pusat membeli belah Minat juga berdekatan dengan Billion tetapi ruang meletak kenderaan tidak disediakan hanya mengharapkan ruang meletak kenderaan iaitu kereta yang disediakan oleh Majlis Perbandaran Seberang Perai. Bagi pengunjung yang menggunakan pengangkutan awam terdapat stesen bas Parit Buntar yang berdekatan dengan Billion. Kebanyakan pengunjung yang menaiki pengangkutan awam tidak mempunyai pengangkutan sendiri.

Pusat membeli belah yang terbesar di kawasan Bukit Mertajam ialah Summit mula ditubuhkan pada tahun 1997 dan dirasmikan oleh Ketua Menteri Pulau Pinang iaitu Tan Sri Dr Koh Tsu Koon. Summit ialah satu pusat membeli belah yang menyediakan kawasan untuk aktiviti perniagaan seperti pasaraya, kedai makanan segera, butik, kedai telekomunikasi, bazar, farmasi dan hotel. Pusat membeli belah ini dibina dengan kos RM 100 juta ringgit. Keluasan bagi kompleks ini ialah 17196 meter persegi dan terdapat 7 tingkat kesemuanya. Setiap tingkat menyediakan kemudahan perniagaan yang berlainan. Bagi tingkat B1 dan B2 adalah untuk kawasan letak kereta. Tingkat LG terdapat pasaraya The Store, kedai perkakas elektrik, farmasi dan kedai makanan segera. Tingkat G pula mempunyai kaunter informasi, lobi pejabat dan lobi hotel. Manakala bagi tingkat 1 dan 2 terdapat butik, bazar dan kedai telekomunikasi. Bagi tingkat 3 kemudahan pawagam, kedai buku, pusat bowling dan karaoke juga disediakan untuk aktiviti riadah bersama keluarga. Pusat membeli belah Summit mula beroperasi dari pukul 10.00 pagi dan berakhir pada pukul 10.00 malam dan terdapat lebih kurang 300 buah kedai yang beroperasi disini. Sebanyak 80 orang pekerja yang menguruskan urusan pentadbiran Summit dan diketuai oleh Encik Kc Ooi. Hotel juga disediakan bagi pengunjung yang ingin menetap sementara kerana urusan perniagaan atau bercuti. Kemudahan meletak kenderaan juga disediakan tetapi dikenakan bayaran sebanyak RM 1.00 ringgit bagi kenderaan persendirian dan bagi motosikal dikenakan bayaran sebanyak RM 0.50 sen. Kemudahan pengangkutan awam juga disediakan seperti bas dan teksi di pintu belakang Summit untuk kemudahan pengunjung.

Pelan Summit



Summit merupakan satu pusat perniagaan yang merangkumi pusat membeli belah, hotel serta kolej yang terletak dalam satu bangunan. Summit mempunyai satu jalan masuk iaitu jalan satu hala dan satu jalan keluar sahaja. Jalan masuk ini di lalui oleh semua jenis kenderaan yang masuk ke Summit. Jalan masuk yang sempit serta dikelilingi oleh rumah dan kedai menyebabkan lagi perjalanan lalulintas. Selain itu juga jalan keluar Summit menyambungkan ke jalan utama Bukit Mertajam dan pada waktu-waktu puncak kesesakan akan berlaku dan menyukarkan pengunjung untuk keluar dari Summit. Jalan utama dihadapan Summit juga sempit dan selalu mengalami kesesakan pada waktu tengahari dan waktu pulang dari pejabat. Ruang meletak kenderaan terutamanya kereta di tingkat bawah Summit yang tidak mencukupi akibat perkongsian dengan pengunjung yang menetap di hotel Summit. Bagi ruang meletak motosikal yang terdapat di hadapan Summit dan di belakang Summit dikenakan caj iaitu RM 0.50. Selain itu stesen bas juga disediakan di belakang Summit untuk memudahkan pengunjung dari Kulim serta Butterwoth untuk sampai ke sini. Teksi juga terdapat di bahagian belakang Summit untuk pengunjung yang ingin cepat sampai ke destinasi.

3.3 KAEDAH BORANG SOAL SELIDIK

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan oleh William W.Hay (1987) dalam penulisannya yang bertajuk “An Introduction Transportation Engineering” edisi 2, kaedah ini dapat memberikan maklumat yang jelas mengenai asalan dan destinasi pengunjung. Pendapat ini disokong pula oleh Ibrahim Wahab dalam bukunya yang bertajuk Teknik Sistem lalulintas dan Pengangkutan 1990. Maklumat ini bukan sahaja dapat memberikan jumlah perjalanan yang dibuat malahan ia dapat diklasifikasikan berpandukan zon-zon asalan dan destinasi, maklumat-maklumat lain seperti kegunaan tanah, ciri-ciri sosio ekonomi seperti masa perjalanan, tujuan perjalanan dan mod perjalanan. Menurut sumber ini lagi, kaedah ini sukar dilaksanakan sekiranya tidak mendapat kerjasama daripada pihak pengunjung.

Borang soal selidik ini biasanya disediakan oleh penemuduga dan mengandungi maklumat berkenaan maklumat yang diperlukan. Soalan yang disediakan hendaklah jelas dan ringkas serta mudah difahami oleh pengunjung. Maklumat-maklumat yang biasanya boleh diperolehi ialah ragam pengangkutan yang digunakan, zon asalan dan destinasi, kekerapan mengunjungi pusat membeli belah, tarikan pusat membeli belah dan kemudahan letak kereta samada mencukupi atau sebaliknya.

Berikut ialah antara kandungan yang terdapat dalam borang soal selidik bagi kajian corak pembuat perjalanan ke pusat membeli belah di Seberang Perai Selatan yang telah dijalankan dan borang soal selidik ini boleh di rujuk di bahagian lampiran. Antara soalan yang dikemukakan ialah:

- i. Bangsa
- ii. Jantina
- iii. Umur
- iv. Status pekerjaan
- v. Jenis pekerjaan
- vi. Pendapatan sebulan
- vii. Asalan
- viii. Destinasi
- ix. Ragam pengangkutan yang digunakan dan keberkesanan tempat letak kenderaan
- x. Mengapa memilih untuk pergi membeli belah di sini
- xi. Tempoh membeli belah
- xii. Kekerapan mengunjungi pusat membeli belah ini

Soalan mengenai bangsa, jantina, umur, status pekerjaan dan pendapatan untuk mengenali latar belakang pengunjung ke pusat membeli belah. Manakala soalan untuk asalan dan destinasi untuk mengetahui rangkaian perjalanan yang dibuat oleh pengunjung. Ragam pengangkutan pula untuk menunjukkan bagaimana pengunjung datang ke pusat membeli belah ini dan keberkesanan ruang meletak kenderaan yang disediakan . Soalan untuk mengapa memilih pusat membeli belah ini untuk menentukan tarikan pusat

membeli belah tersebut. Tempoh membeli belah dan kekerapan pengunjung datang ke pusat membeli belah tersebut untuk menentukan sikap pengunjung.

Daripada soalan yang terkandung dalam borang soal-selidik ini maka segala tujuan kajian dapat dicapai iaitu seperti:

- i. Rangkaian perjalanan: untuk menentukan dari mana pengunjung datang sebelum ke pusat membeli belah dan selepas membeli belah pengunjung ke mana.
- ii. Tarikan pusat membeli belah : untuk mengetahui tarikan pusat membeli belah dan membuat perbandingan antara pusat membeli belah Billion dan Summit
- iii. Ragam pengangkutan: untuk mengetahui ragam pengangkutan yang paling banyak digunakan oleh pengunjung ke pusat membeli belah dan mengapa.
- iv. Keberkesanan tempat meletak kenderaan: menentukan samada tempat letak kenderaan mencukupi ataupun tidak bagi motosikal dan kereta.
- v. Kekerapan membeli belah: menentukan kekerapan pengunjung pergi ke pusat membeli belah dalam sebulan
- vi. Tempoh membeli belah: menentukan tempoh membeli belah bagi pengunjung samada lelaki dan perempuan

3.3.1 Cara kaedah ini dijalankan

Kaedah ini memerlukan sekurang-kurangnya 3 - 4 orang sebagai penemuduga. Penemuduga akan bertemu secara langsung dengan pengunjung pusat membeli belah dan memberitahu latar belakang penemuduga serta tujuan kajian ini dijalankan agar mendapat kerjasama dari pengunjung. Seterusnya penemuduga akan bertanyakan soalan dari borang soal-selidik dan pengunjung akan menjawabnya. Pengunjung boleh bertanyakan soalan kepada penemuduga jika tidak memahami soalan untuk mengelakan kekeliruan semasa menjawab.

3.3.2 Data dan analisis

Data – data yang diperolehi akan diringkaskan dan dipersembahkan dalam bentuk-bentuk tertentu seperti jadual, graf dan carta bar. Ini untuk memudahkan untuk membuat kesimpulan mengenai corak pembuat perjalanan ke pusat membeli belah iaitu di Summit dan Billion.

3.3.3 Maklum balas pengunjung pusat membeli-belah di Billion dan Summit

Sebanyak 80 responden berjaya ditemuramah di Billion dan 60 lagi responden di Summit. Sambutan daripada pengunjung pusat membeli belah agak memuaskan walaupun ada sesetengah pengunjung enggan memberikan kerjasama. Walaupun penjelasan diberikan mengenai tujuan kajian tetapi pengunjung masih lagi takut dan tidak mahu memberikan kerjasama dengan alasan kesuntukan masa. Walaupun begitu ada juga pengunjung yang memberikan respons yang baik semasa soal-selidik dilakukan.