

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGEKALAN KADAR PENGHUNIAN  
KOMPLEKS MEMBELI BELAH SEMASA PANDEMIK COVID-19

SURAYA BINTI OMAR

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGEKALAN KADAR PENGHUNIAN  
KOMPLEKS MEMBELI BELAH SEMASA PANDEMIK COVID-19

SURAYA BINTI OMAR

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian  
daripada syarat penganuerahan  
Ijazah Sarjana Sains (Harta Tanah)

Fakulti Alam Bina dan Ukur  
Universiti Teknologi Malaysia

JULAI 2022

## DEDIKASI

*Setinggi ucapan terima kasih...*

Kepada ibu dan ayah yang tersayang,  
Allahyarham Omar Bin Darus dan Allahyarhamah Asah Bee Binti Mohd Hassan  
Pesanan yang ditinggalkan sentiasa memberikan semangat untuk terus kuat dalam  
menjalani kehidupan seharian. Semoga roh mak dan bak sentiasa dirahmati  
Allah swt dan bersama-sama orang beriman.  
Anakmu ini sentiasa mendoakan keredhaan Allah untuk keduanya.

Kepada keluarga tercinta,  
Terutama permata hatiku Haikal Irfan Syah Bin Hairol Rizal dan  
ahli keluarga yang lain yang sentiasa memberi sokongan.

Kepada rakan-rakan seperjuangan,  
Yang sentiasa membantu ketika susah dan senang.

Kepada penyelia,  
Dr Low Sheau Ting  
Yang telah banyak membantu melancarkan kajian ini.

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah dengan berkat dan limpah kurniaNya dapat juga saya menyiapkan kajian ini. Setinggi-tinggi kesyukuran dipanjatkan kepada Allah S.W.T kerana petunjuk yang diberikan oleh-Nya dalam proses menyempurnakan kajian ini.

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak pengurusan tertinggi Jabatan Penilaian dan Perkhidmatan Harta, Kementerian Kewangan Malaysia kerana memberi peluang kepada saya untuk melanjutkan pengajian pasca siswazah dalam bidang Sarjana Harta Tanah di Universiti Teknologi Malaysia.

Setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih diucapkan kepada penyelia saya iaitu Dr Low Sheau Ting yang banyak membantu dan memberi tunjuk ajar, sentiasa memberi bimbingan dan nasihat berguna serta cadangan dalam proses menyiapkan kajian ini. Tidak lupa juga penghargaan ini diberikan kepada para panel yang sentiasa bersedia memberi komen, berkongsi ilmu dan pendapat dalam memastikan kajian ini dapat dilaksanakan dengan sempurna.

Buat sahabat seperjuangan yang sentiasa memberi semangat dan dorongan serta berkongsi ilmu, saya ucapkan jutaan terima kasih atas segala pertolongan yang diberikan. Akhir kata, saya ingin memohon maaf andai terdapat sebarang kekurangan dan kekhilafan dalam kajian ini. Sesungguhnya yang baik itu datang dari Allah S.W.T dan yang buruk itu datang dari diri saya sendiri.

Sekian, terima kasih.

## ABSTRAK

Kehadiran Pandemi COVID-19 telah memberi kesan ke atas ekonomi dunia dalam pelbagai bidang termasuk sektor harta tanah. Persatuan Pusat Beli-Belah Malaysia (PPKM) menganggarkan industri kompleks membeli-belah akan berdepan dengan kerugian melebihi RM750 juta akibat pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) selama 14 hari yang bermula pada 18 Mac 2020 sehingga 31 Mac 2020. Kerugian tersebut tidak termasuk jumlah dagangan yang dicatatkan oleh sektor peruncitan. Kajian lepas menyatakan bahawa kadar penghunian dan kadar sewa untuk kompleks membeli-belah dan ruang pejabat terus menurun. Kadar sewa untuk pejabat dan ruang niaga di Lembah Klang sudah mula turun selama empat suku berturut-turut sejak suku ketiga tahun 2020. Berdasarkan Laporan Pasaran Harta 2021, keseluruhannya prestasi kompleks perniagaan terus perlahan dengan merekodkan kadar penghunian 76.3% pada 2021, menurun daripada 77.5% pada 2020. Matlamat kajian ini adalah untuk mengenal pasti kadar penghunian kompleks membeli-belah semasa pandemik COVID-19 dan mengenal pasti strategi pemasaran yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah semasa pandemik COVID-19. Metodologi kajian adalah berdasarkan pendekatan kualitatif menggunakan analisis frekuensi dan analisis tematik. Borang temu bual semi struktur telah dibangunkan dan temu bual melibatkan 6 orang pengurus kompleks membeli-belah yang terpilih. Hasil kajian mendapati konsep strategi pemasaran 4P yang digunakan oleh pengurus bangunan dapat mengekalkan kadar penghunian terutamanya pemasaran secara dalam talian merupakan satu tindakan yang terbaik ke arah digitalisasi pemasaran semasa dan selepas pandemik. Kajian ini penting dalam membantu pengusaha kompleks membeli-belah bagi mewujudkan kesinambungan dan kemampanan sekiranya berlaku sebarang krisis ekonomi pada masa hadapan.

## **ABSTRACT**

The presence of the COVID-19 Pandemic has had an impact on the world economy in various areas including the real estate sector. The Malaysian Shopping Center Association (PPKM) estimates that the shopping complex industry will face losses of more than RM750 million due to the implementation of the Movement Control Order (PKP) for 14 days starting March 18, 2020 until March 31, 2020. The losses do not include trade volume recorded by the retail sector. Past studies have noted that occupancy rates and rental rates for shopping complexes and office space continue to decline. Rental rates for offices and retail space in the Klang Valley have started to decline for four consecutive quarters since the third quarter of 2020. Based on the Property Market Report 2021, the overall performance of shopping complexes continued to slow with an occupancy rate of 76.3% in 2021, down from 77.5% in 2020. The aim of this study is to identify the occupancy rate of shopping complexes during the COVID-19 pandemic and to identify the marketing strategies used by shopping complex building managers during the COVID-19 pandemic. The research methodology is based on a qualitative approach using frequency analysis and thematic analysis. A semi-structured interview form was developed, and interviews involved 6 selected shopping complex managers. The results of the study found that the 4P marketing strategy concept used by building managers can maintain occupancy rates, especially online marketing, which is the best action towards digitizing marketing during and after the pandemic. This study is important in helping shopping complex operators to create continuity and sustainability in the event of any economic crisis in the future.

## SENARAI KANDUNGAN

<b>BAB</b>	<b>TAJUK</b>	<b>HALAMAN</b>
	<b>PENGESAHAN STATUS</b>	
	<b>JUDUL</b>	
	<b>PENGESAHAN PENYELIA</b>	ii
	<b>PENGAKUAN</b>	iii
	<b>DEDIKASI</b>	iv
	<b>PENGHARGAAN</b>	v
	<b>ABSTRAK</b>	vi
	<b>ABSTRACT</b>	vii
	<b>SENARAI KANDUNGAN</b>	viii
	<b>SENARAI RAJAH</b>	Xi
	<b>SENARAI JADUAL</b>	Xii
	<b>SENARAI SINGKATAN</b>	xiii
<b>1.0</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1	Latar Belakang Kajian	1
1.2	Penyataan Masalah	6
1.3	Persoalan Kajian	13
1.4	Objektif Kajian	13
1.5	Skop Kajian	14
1.6	Kepentingan Kajian	14
1.7	Metodologi Kajian	14
1.8	Susunatur Bab	17
1.9	Ringkasan Bab	19

## **2.0 KAJIAN LITERATUR**

2.1	Pengenalan	20
2.2	Pandemik COVID-19	20
2.3	Kesan Pandemik COVID-19	21
2.3.1	Kesan Pandemik COVID-19 terhadap Operasi Peruncitan	21
2.3.2	Kesan COVID-19 terhadap Tingkah Laku Pengguna	22
2.4	Pusat Membeli Belah	23
2.5	Kadar Penghunian Kompleks Membeli Belah	25
2.6	Konsep Strategi Pemasaran	29
2.7	Ringkasan Bab	32

## **3.0 METODOLOGI KAJIAN**

3.1	Pengenalan	33
3.2	Rekabentuk Kajian	33
3.3	Proses Penyelidikan	35
3.4	Peringkat Pertama: Kajian Literatur	36
3.5	Peringkat Kedua: Reka Bentuk Instrumen	37
3.6	Peringkat Ketiga: Pengumpulan Data	38
3.7	Peringkat Keempat: Analisis Data	40
3.8	Peringkat Kelima : Keputusan dan Kesimpulan	41
3.9	Ringkasan Bab	41

## **4.0 ANALISIS DAN DAPATAN KAJIAN**

4.1	Pengenalan	42
4.2	Analisis Data Temu Bual Semi-Struktur	42
4.2.1	Maklumat Profil Pengurus Bangunan	43
4.2.2	Maklumat Strategi Pengurus Bangunan	44
4.3	Perbincangan Hasil Kajian	48



4.4	Ringkasan Bab	51
<b>5.0</b>	<b>KESIMPULAN DAN CADANGAN KAJIAN</b>	
5.1	Pengenalan	52
5.2	Pencapaian Objektif Kajian	52
5.2.1	Objektif Pertama	53
5.2.2	Objektif Kedua	54
5.3	Limitasi dan Cadangan Kajian	56
5.4	Implikasi Kajian	56
	<b>RUJUKAN</b>	<b>57</b>

## SENARAI RAJAH

<b>NO. RAJAH</b>	<b>TAJUK</b>	<b>HALAMAN</b>
1.1	Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah di Malaysia Tahun 2017 - 2021	7
1.2	Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah Mengikut Negeri Tahun 2021	8
1.3	Kadar Kekosongan untuk Ruang Pejabat dan Ruang Niaga di Lembah Klang	8
1.4	Kadar Sewa Purata untuk Ruang Pejabat dan Ruang Niaga di Lembah Klang	9
1.5	Metodologi Kajian	15
2.1	Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah di Lembah Klang Tahun 2017 - 2021	26
2.2	Analisis Kadar Penghunian mengikut Lokasi Kompleks Membeli Belah di Kuala Lumpur	28
2.3	Analisis Kadar Penghunian mengikut Lokasi Kompleks Membeli Belah di Putrajaya	29
2.4	Analisis Kadar Penghunian mengikut Lokasi Kompleks Membeli Belah di Selangor	29
3.1	Reka Bentuk Kajian	36
4.1	Diagram Tematik Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Pengurus Bangunan Kompleks Membeli Belah semasa Pandemik COVID-19	48

**SENARAI JADUAL**

<b>NO. JADUAL</b>	<b>TAJUK</b>	<b>HALAMAN</b>
1.1	Maklumat Perintah Kawalan Pergerakan	2
2.1	Analisis Kadar Penghunian mengikut Status Penghunian di Lembah Klang pada Tahun 2019 hingga Q1 2022	27
4.1	Ringkasan Maklumat Profil Pengurus Bangunan	43
4.2	Kod Awalan dan Kekerapan Sebutan	44
4.3	Kod Awalan dan Tema Awalan	46
4.4	Tema Awalan dan Semakan Semula Tema	47
5.1	Maklumat Pengurus Kompleks Membeli Belah	54

## SENARAI SINGKATAN

### SINGKATAN

<b>BNM</b>	- Bank Negara Malaysia
<b>LPH</b>	- Laporan Pasaran Harta
<b>PENJANA</b>	- Pelan Pemulihan Ekonomi Jangka Pendek
<b>PKP</b>	- Perintah Kawalan Pergerakan
<b>PKPD</b>	- Perintah Kawalan Pergerakan Diperketatkan
<b>PKPP</b>	- Perintah Kawalan Pergerakan Pemulihan
<b>PPKM</b>	- Persatuan Pengurusan Kompleks Malaysia
<b>PRIHATIN</b>	- Pakej Rangsangan Prihatin Rakyat
<b>REIT</b>	- <i>Real Estate Investment Trust</i>
<b>WHO</b>	- Pertubuhan Kesihatan Sedunia

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Malaysia dikejutkan dengan kes yang dipanggil pandemik COVID-19 yang dicituskan oleh virus korona (COVID-19) pada awal tahun 2020. Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) telah memutuskan Virus Corona dianggap sebagai pandemik yang membuatkan semua lapisan masyarakat mengalami kebimbangan kerana kes telah meningkat hari demi hari. Wabak COVID-19 yang melanda seluruh pelusuk dunia ini telah menimbulkan pelbagai masalah dari segi kesihatan fizikal, psikologi, rohani dan juga ekonomi. Berdasarkan statistik terkini kes COVID-19 yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) sehingga 7 April 2022 mendapati jumlah kes COVID-19 adalah 4,292,585 dengan kadar kejayaan 95.5% melibatkan 4,099,786 kes sembuh.

Kawasan Lembah Klang mendominasi kumulatif kes positif dengan menyumbang 37.4 peratus, Wilayah Malaysia Timur (18.9 peratus), Zon Utara (16.8 peratus), Zon Selatan (15.6 peratus) dan Zon Pantai Timur (11.3 peratus). Di peringkat negeri, pertambahan kes harian baharu diterajui menerusi catatan di Selangor iaitu 6,419 kes disusuli oleh Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur (1,094 kes), Johor (625 kes), Pulau Pinang (620 kes), Negeri Sembilan (614 kes), Perak (549 kes), Sarawak (413 kes), Kedah (356 kes), Pahang (316 kes), Terengganu (291 kes), Melaka (263 kes), Wilayah Persekutuan Labuan (188 kes), Sabah (176 kes), Lembah Klang (130 kes), Putrajaya (48 kes) dan Perlis (35 kes).

Kerajaan Malaysia juga melaksanakan pelbagai dasar mengurangkan kadar pertumbuhan positif COVID-19. Bermula dari Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) pada 18 Mac 2020 sehingga 31 Ogos 2020 melibatkan perkara-perkara berikut:

Jadual 1.1 : Maklumat Perintah Kawalan Pergerakan

Bilangan	Perkara
1.	Larangan menyeluruh pergerakan dan perhimpunan ramai di seluruh negara termasuk aktiviti keagamaan, sukan, sosial dan budaya. Untuk menguatkuasakan larangan tersebut, semua rumah ibadat dan premis perniagaan hendaklah ditutup kecuali pasar raya, pasar awam, kedai runcit dan kedai serbaneka yang menjual barangan keperluan harian. Penangguhan semua aktiviti keagamaan di masjid dan surau termasuk solat jumaat adalah selaras dengan keputusan Mesyuarat Jawatankuasa Muzakarah Khas yang telah bersidang pada 15 Mac 2020.
2.	Sekatan menyeluruh semua perjalanan rakyat Malaysia ke luar negara. Bagi yang baru pulang dari luar negara, mereka dikehendaki untuk menjalani pemeriksaan kesihatan dan melakukan kuarantin secara sukarela selama 14 hari.
3.	Sekatan kemasukan semua pelancong dan pelawat asing ke dalam negara.
4.	Penutupan semua taska, sekolah kerajaan dan swasta termasuk sekolah harian, sekolah berasrama penuh, sekolah antarabangsa, pusat tahfiz dan lain-lain institusi pendidikan rendah, menengah dan pra-universiti.
5.	Penutupan kesemua institusi pendidikan tinggi (IPT) awam dan swasta serta institut latihan kemahiran di seluruh negara.
6.	Penutupan semua premis kerajaan dan swasta kecuali yang terlibat dengan perkhidmatan penting kepada negara iaitu air, elektrik, tenaga, telekomunikasi, pos, pengangkutan, pengairan, minyak, gas, bahan api, pelincir, penyiaran, kewangan, perbankan, kesihatan, farmasi, bomba, penjara, pelabuhan, lapangan terbang, keselamatan, pertahanan, pembersihan, peruncitan dan bekalan makanan.

Mulai 27 Mac 2020, kawasan tertentu di Malaysia akan dikenakan Perintah Kawalan Pergerakan Diperketatkan (PKPD) selama 14 hari. Sekiranya sekumpulan besar orang dikesan di sesuatu kawasan, PKPD diisytiharkan supaya kerajaan dapat menjalankan ujian COVID-19 secara menyeluruh terhadap semua penduduk yang prihatin dan membendung penularan wabak di luar kawasan. Selain itu, terdapat juga Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB), Perintah Kawalan Pergerakan

Pemulihan (PKPP), kerja dari rumah (WFH), duduk di rumah, pengasingan, penjarakan sosial dan juga kuarantin wilayah di mana seluruh masyarakat dinasihatkan untuk tidak melakukannya aktiviti di luar rumah termasuk kerja (Nurkidam et al., 2020).

Pada 1 Mei 2020, kerajaan Malaysia memperkenalkan Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKP), melonggarkan beberapa syarat PKP untuk membuka semula ekonomi negara secara terkawal, berkuat kuasa 4 Mei 2020. Syarat baharu PKP ialah hampir semua industri dan aktiviti ekonomi dibenarkan melaksanakan prosedur operasi standard (SOP) untuk perniagaan, termasuk mengekalkan penjarakan sosial dan merekodkan nama dan nombor telefon pelanggan serta tarikh lawatan mereka. Manakala aktiviti sukan yang melibatkan perhimpunan besar, sentuhan fizikal dan risiko jangkitan lain tidak dibenarkan, termasuk semua acara sukan dalaman dan stadium. Sukan luar yang tidak melibatkan sentuhan fizikal dengan kumpulan kecil tidak lebih daripada 10 orang tanpa penonton dibenarkan dengan penjarakan sosial. Selain itu, acara sosial, komuniti dan kebudayaan yang melibatkan perhimpunan besar dan semua jenis acara dan perhimpunan rasmi adalah tidak dibenarkan. Aktiviti keagamaan dan semua aktiviti jemaah atau perhimpunan di rumah ibadat juga tidak dibenarkan. Perjalanan rentas negeri termasuk tradisi pulang ke kampung sempena sambutan Aidilfitri tidak dibenarkan kecuali untuk kerja dan balik selepas singgah di rumah atau di tempat lain.

Seterusnya, kerajaan Malaysia mengumumkan pada 10 Jun 2020, PKPB akan digantikan dengan Perintah Kawasan Pergerakan Pemulihan (PKPP). PKPP adalah fasa pemulihan dari pelaksanaan PKP dan PKPB bermula pada 10 Jun 2020 hingga 31 Disember 2020. Penutupan semua sektor ekonomi semasa PKP 1.0 pada 18 Mac sehingga 3 Mei 2020 bagi mengekang penularan COVID-19 bukan sahaja menyebabkan negara kerugian kira-kira RM2.4 bilion setiap hari, tetapi ramai rakyat kehilangan pekerjaan selain peniaga kecil turut terjejas teruk (Muhyiddin, 2021)

Pelaksanaan PKP, PKPB dan PKPP berikutan kewujudan Pandemik COVID-19 bukan hanya mempengaruhi pelbagai sektor ekonomi tetapi juga aktiviti pasaran harta tanah di mana menyaksikan bilangan dan nilai transaksi menguncup pada Q2 2020. Pasaran harta tanah menunjukkan tanda-tanda pemulihan pada Q3 2020

berikutan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan Pemulihan (PKPP) menjelang 10 Jun 2020 dan pelbagai rangsangan yang diberikan oleh kerajaan iaitu Pakej Rangsangan Ekonomi Prihatin Rakyat (PRIHATIN) dan Pelan Pemulihan Ekonomi Jangka Pendek (PENJANA).

Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB) yang dilanjutkan mendatangkan kesan jangka panjang termasuk menjejaskan struktur dan rantaian perniagaan. Persatuan Rantaian Peruncit Malaysia (MRCA) menyatakan operasi perniagaan sudah lama terkesan sejak Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) terutama dari segi perolehan jualan dan perbelanjaan pengguna, termasuk ketika PKPB di Lembah Klang yang dikuat kuasa sejak 14 Oktober 2020.

Krisis kesihatan global telah memberi impak yang besar kepada sektor peruncitan yang menyewa di pusat membeli-belah. Pusat beli-belah telah diarah tutup selama berbulan-bulan dan semua orang telah diminta untuk tinggal di rumah untuk selamat. Ramai rakyat Malaysia, terutamanya di Lembah Klang, tanpa mengira bangsa dan agama, telah menerima pengaruh ini kerana lambakan pusat membeli-belah. Pada masa yang sama, industri e-dagang yang semakin berkembang menyebabkan orang ramai memilihnya sebagai alternatif untuk membeli barangan harian daripada pergi ke pusat membeli-belah.

Akibatnya, permintaan ruang sewa di pusat membeli-belah mula merudum. Menurut Tan Sri Teo Thanh Kok, yang juga pengerusi Persatuan Pengurus Besar Malaysia (PPK), kesan PKP menyebabkan pusat beli-belah mengalami kerugian jualan RM1.8 bilion antara Mac 2020 dan Jun 2020 . Jumlah pengunjung menurun 50% – 70% dan jualan menurun 40% kerana tindakan orang ramai berhenti membeli-belah dan makan di pusat membeli-belah.

Robinson Co (Malaya) Sdn Bhd telah menutup dua gedung mereka di Malaysia iaitu di The Gardens Mall dan The Shoppes di Four Seasons Place. Ianya disebabkan ketidakmampuan meneruskan operasi ekoran permintaan yang lemah di pasaran. Robinson sebuah jenama gedung pusat beli belah antarabangsa terpaksa akur dengan kemerosotan jualan runcit sebanyak -8.5% pada suku pertama 2020 berbanding tempoh yang sama pada tahun 2019. (Mehmed, 2020).



Pawagam, yang merangkumi 1% - 6% daripada jumlah ruang sewa pusat membeli-belah, juga telah terjejas oleh krisis COVID-19. Pembukaan pawagam milik Pavilion REIT juga terpaksa ditangguhkan untuk menunggu masa yang sesuai untuk pelancong pulang ke pusat beli-belah dan menonton wayang di pawagam. Pavilion REIT melaporkan penurunan 57.2% dalam hasilnya kepada RM30.07 juta disebabkan oleh rebat sewa yang diberikan dalam tempoh PKP. Pusat beli-belah Sunway dan taman tema turut terjejas, dengan 50%-70% kurang pengunjung.

Akibat daripada arahan kerajaan di mana pusat membeli-belah yang tidak dibenarkan beroperasi seperti biasa dan hanya industri tertentu yang dibenarkan untuk beroperasi, akibatnya penyewa kedai tidak mampu membayar sewa kerana prestasi jualan menurun. Selain itu sikap penyewa yang enggan berubah untuk menjalankan perniagaan baru juga menyumbang kepada kemerosotan permintaan ruang. Penyewa juga berdepan dengan cabaran untuk mengekalkan perniagaan sedia ada sehingga membawa kepada penurunan trend permintaan secara keseluruhannya.

Secara keseluruhan, pandemik COVID-19 telah mengganggu aktiviti peruncitan dengan ketara termasuk tingkah laku pengguna, permintaan produk, kedai runcit, dan ketersediaan perkhidmatan kilang dan logistik. Sejak wabak pandemik COVID-19 menular, pendaftaran perniagaan semakin berkurangan. Pandemik COVID-19 telah menyebabkan penutupan meluas kedai dan perniagaan di seluruh dunia. Antara perniagaan adalah termasuk kedai dan kilang, telah ditutup atau mengecilkkan operasi mereka kerana mandat dasar atau penurunan permintaan (Kalogiannidis & Chatzitheodoridis, 2021). Kebanyakan syarikat permulaan menghadapi beberapa cabaran akibat wabak itu dan lebih terdedah daripada perniagaan sedia ada kerana kejutan yang dibawa oleh krisis (Kawamorita et al., 2020).

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti kadar penghunian kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19 dan mengenal pasti strategi pemasaran yang digunapakai oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah semasa pandemik COVID-19. Kajian ini penting dalam membantu pengusaha kompleks membeli belah bagi membolehkan mereka bertahan, meneruskan perniagaan dan

mewujudkan kesinambungan dan kemampunan sekiranya berlaku sebarang krisis ekonomi pada masa hadapan.

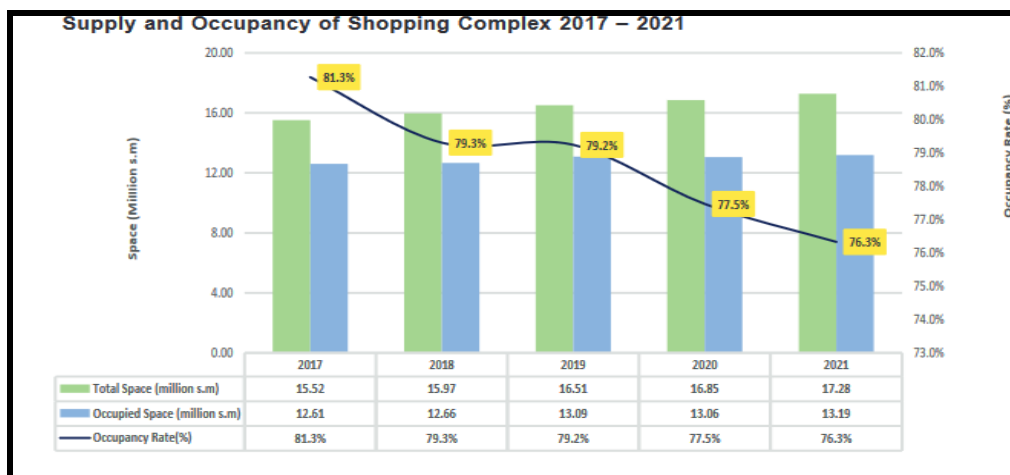
## **1.2    Penyataan Masalah**

Kehadiran Pandemik COVID-19 telah memberi kesan ke atas ekonomi dunia dalam pelbagai bidang termasuk sektor harta tanah. Persatuan Pusat Beli-Belah Malaysia (PPKM) menganggarkan industri kompleks membeli-belah akan berdepan dengan kerugian melebihi RM750 juta akibat pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) selama 14 hari yang bermula pada 18 Mac 2020 sehingga 31 Mac 2020. Kerugian tersebut tidak termasuk jumlah dagangan yang dicatatkan oleh sektor peruncitan. Menurut Tinjauan Kestabilan Kewangan untuk separuh pertama tahun 2021 oleh Bank Negara Malaysia (BNM), kadar penghunian dan Sewaan di pusat beli-belah dan ruang pejabat terus menurun (Aiman, 2021).

Sewa ruang pejabat dan komersial di Lembah Klang telah jatuh selama empat suku berturut-turut sejak suku ketiga 2020 (Laporan Pasaran Harta, 2021). Menurut kaji selidik yang dijalankan oleh Persatuan Pengurusan Kompleks Malaysia (PPK Malaysia) pada Ogos 2021, walaupun terdapat pelbagai bantuan sewa, sebanyak separuh daripada pengusaha pusat membeli-belah melaporkan bahawa mereka menghadapi kesukaran yang ketara dalam mengutip sewa daripada penyewa mereka. Ini akan terus memberi kesan negatif kepada aliran tunai pemilik pusat membeli-belah, terutamanya mereka yang berada di lokasi bukan utama dengan kadar kekosongan yang agak tinggi. Melihat ke hadapan, kadar kekosongan mungkin akan terus meningkat dan memberi tekanan kepada sewa disebabkan perubahan struktur yang disebabkan oleh wabak itu, termasuk pengaturan kerja yang fleksibel dan peralihan dalam corak perbelanjaan pengguna kepada e-dagang.

Berdasarkan Laporan Pasaran Harta 2021, keseluruhannya prestasi kompleks perniagaan terus perlahan dengan merekodkan kadar penghunian 76.3% pada 2021, menurun daripada 77.5% pada 2020. Penawaran ruang didapati meningkat dari tahun ke tahun sejak 2017 ke 2021. Namun kadar penghunian didapati semakin

menurun setiap tahun. Perkara ini mungkin disebabkan wujudnya lebih penawaran bagi ruang kompleks membeli belah. Rajah 1.1 di bawah menunjukkan Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah di Malaysia pada tahun 2017 – 2021.

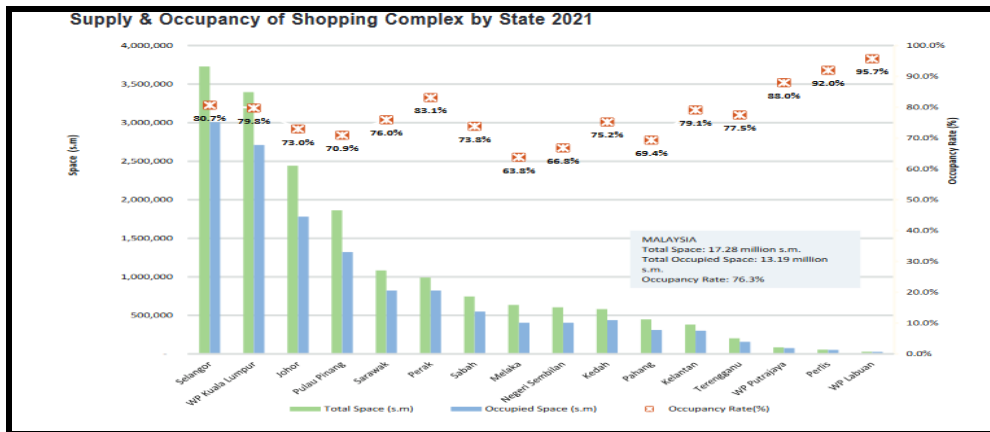


Rajah 1.1 : Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah di Malaysia Tahun 2017 – 2021

Sumber : Laporan Pasaran Harta 2021, Pusat Maklumat Harta Tanah Negara

Manakala Rajah 1.2 di bawah menunjukkan penawaran dan penghunian kompleks membeli belah mengikut negeri. Berdasarkan rajah tersebut didapati, kawasan Lembah Klang iaitu Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor merupakan penyumbang penawaran bekalan ruang kompleks membeli belah tertinggi di negara ini iaitu 58.68%.

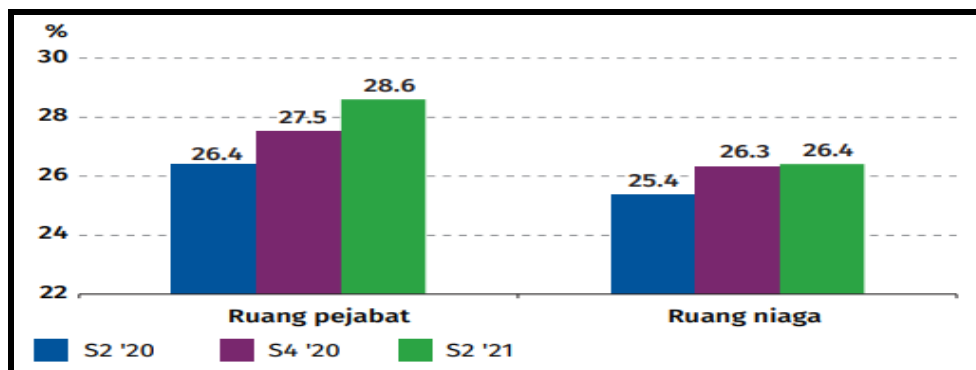
Manakala bagi kadar penghunian pula, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Selangor masing-masing mencatatkan kadar penghunian 79.8% dan 80.7%. Manakala Johor dan Pulau Pinang masing-masing berjaya memperoleh kadar penghunian purata 73.0% dan 70.9%. Melaka dan Negeri Sembilan mencatatkan antara kadar penghunian terendah di dalam negara iaitu masing-masing pada 63.8% dan 66.8%.



Rajah 1.2: Penawaran dan Penghunian Kompleks Membeli Belah Mengikut Negeri 2021

Sumber : Laporan Pasaran Harta 2021, Pusat Maklumat Harta Tanah Negara

Manakala laporan yang dikeluarkan oleh firma hartanah Jones Lang Wootton menyatakan bahawa kadar kekosongan atau kekosongan ruang pejabat di Lembah Klang pada tahun 2021 telah meningkat daripada suku kedua 2020 atau April hingga Jun 2020 (26.4 %) kepada 27.5% (suku keempat 2020 atau Oktober-Disember 2020) kepada 28.6% (suku kedua 2021 atau April-Jun 2021). Dalam tempoh yang sama, kadar kekosongan ruang komersial di Lembah Klang meningkat daripada 25.4% (suku kedua 2020) kepada 26.3% (suku keempat 2020) dan akhirnya kepada 26.4% (suku kedua 2021). Rajah 1.3 di bawah menunjukkan kadar kekosongan untuk ruang pejabat dan ruang niaga di Lembah Klang.

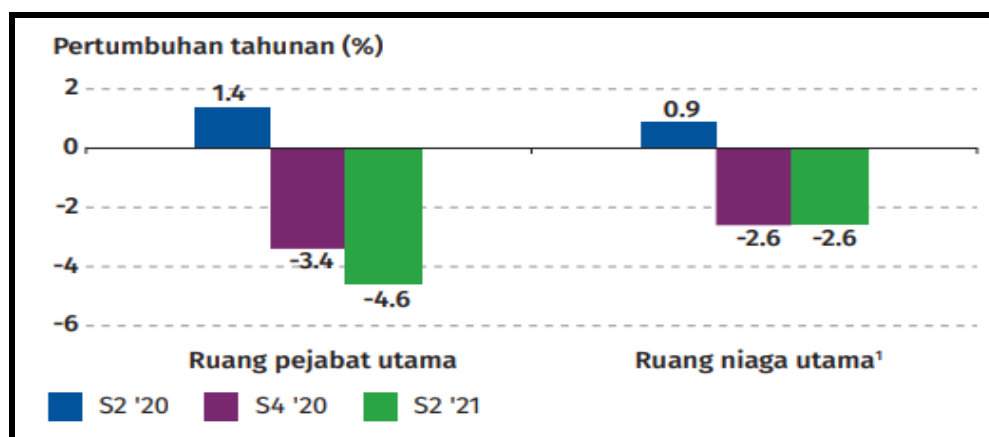


Rajah 1.3 : Kadar Kekosongan untuk Ruang Pejabat dan Ruang Niaga di Lembah Klang

Sumber : *The Malaysian Quarterly Property Market Report* oleh Jones Lang Wootton, 2021

Selain itu, Laporan 2021 oleh perunding hartanah Knight Frank Malaysia dan Savills Malaysia juga mendedahkan bahawa purata sewa untuk ruang pejabat utama dan ruang runcit utama di pusat beli-belah utama di Lembah Klang mengalami pertumbuhan tahunan yang negatif. Kadar pertumbuhan ruang pejabat utama di Lembah Klang pada suku kedua tahun 2020 adalah 1.4%. Namun kadar pertumbuhan tersebut menurun kepada -3.4% pada suku ke empat tahun 2020 dan turun lagi pada suku kedua tahun 2021 kepada -4.6%.

Kadar pertumbuhan untuk ruang niaga utama di Lembah Klang juga menunjukkan tren pertumbuhan yang sama dengan ruang pejabat utama iaitu 0.9% pada suku kedua tahun 2020, diikuti penurunan kadar pertumbuhan pada suku keempat 2020 dan suku kedua tahun 2021 iaitu masing-masing pada kadar yang sama iaitu -2.6%. Rajah 1.4 di bawah menunjukkan Sewaan ruang pejabat utama dan ruang komersial utama di Lembah Klang.



Rajah 1.4 : Kadar Sewa Purata untuk Ruang Pejabat dan Ruang Niaga di Lembah Klang

Sumber : Real Estate Highlight oleh Knight Frank Malaysia dan Savills Malaysia, 2021

Laporan Tinjauan Kestabilan Kewangan separuh pertama, 2021 oleh Bank Negara Malaysia (BNM) pula menyatakan Kadar kekosongan jawatan terus meningkat di beberapa negeri di Malaysia walaupun kekurangan ruang komersial selepas pemaju membatalkan atau menangguhkan beberapa projek. Pemilik harta tanah terus menawarkan tempoh tanpa sewa (*rent-free period*), konsesi sewa dan program bantuan sewa jangka pendek untuk menarik penyewa baharu dan

mengekalkan penyewa sedia ada. Purata sewa ruang pejabat dan komersil di Lembah Klang kini jatuh untuk empat suku berturut-turut sejak suku ketiga 2020. Menurut tinjauan yang dijalankan oleh Persatuan Pengurusan Am Malaysia (PPK Malaysia) pada Ogos 2021, sebanyak separuh daripada pengusaha pusat membeli-belah melaporkan bahawa mereka menghadapi kesukaran mengutip sewa daripada penyewa mereka walaupun terdapat pelbagai bantuan sewa. Ini akan terus memberi kesan negatif kepada aliran tunai pemilik pusat membeli-belah, terutamanya mereka yang berada di lokasi bukan utama dengan kadar kekosongan yang agak tinggi. Melihat ke hadapan, kadar kekosongan mungkin akan terus meningkat dan memberi tekanan kepada sewa disebabkan perubahan struktur yang disebabkan oleh wabak itu, termasuk pengaturan kerja yang fleksibel dan peralihan dalam corak perbelanjaan pengguna kepada e-dagang. Menamatkan perlindungan di bawah Akta COVID-19 2020, yang melarang pengusiran penyewa harta tanah komersial yang tidak membayar sewa, boleh menjejaskan lagi penghunian.

Selain itu, Tinjauan oleh Stratos Pinnacle Sdn Bhd (Ida Lim, 2021) ke atas 94 pusat membeli-belah di seluruh negara antara 23 Julai 2021 dan 30 Julai 2021 mendapati perniagaan yang dibenarkan dibuka kerana dianggap “penting” Premis itu menawarkan sewa yang lebih rendah kepada penyewa. 40 peratus daripada 94 pusat membeli-belah menawarkan diskaun sewa sehingga 30 peratus hingga 50 peratus. Tinjauan itu juga mendapati 30 peratus pusat membeli-belah tidak dapat mengutip sewa daripada lebih 70 peratus penyewa mereka kerana kesan pandemik dan sekatan perjalanan, dan hampir 50 peratus ketinggalan dalam sewa sehingga setahun. Selain itu, 32 peratus pusat membeli-belah berkata mereka hanya mempunyai tiga bulan atau kurang aliran tunai. Kesan itu menyebabkan kebanyakan pusat membeli-belah mengurangkan bilangan kakitangan sebanyak 10 hingga 20 peratus, manakala hampir 80 peratus daripada mereka melaksanakan pemotongan gaji. Tinjauan itu juga mendapati 60 peratus pusat membeli-belah menyaksikan penurunan 60 peratus hingga 90 peratus dalam bilangan pengunjung. Pada Julai 2021, sebanyak 44 peratus pusat membeli-belah percaya ia akan mengambil masa sehingga setahun untuk perniagaan mereka pulih.

Perubahan dalam sikap pengguna, yang lebih berminat dalam membeli-belah dalam talian, juga akan menjejaskan penghunian ruang pejabat dan pusat beli-belah.

Menurut laporan Bank Negara Malaysia (BNM), harga sewa berkemungkinan menjunam berikutan impak ini serta wabak COVID-19 (Aiman, 2021). Pengarah Urusan Serantau Shopee iaitu Ian Ho (Bernama,2020) juga mengatakan gaya hidup, cara bekerja dan berbelanja dalam talian dalam kalangan masyarakat juga telah berubah sejak kewujudan pandemik COVID-19 ini. Ini merupakan normal baharu rakyat Malaysia. Tingkah laku pengguna yang memanfaatkan sepenuhnya platform e-dagang semasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) bagi mengekang penularan COVID-19, telah mendorong perniagaan dari seluruh industri untuk memacu kehadiran digital mereka. Shopee Malaysia meninjau tabiat membeli belah baharu itu berikutan e-dagang dilihat menjadi lebih penting dalam kehidupan seharian pengguna apabila mereka meluangkan masa melebihi 20 peratus di platform itu pada setiap minggu, mencerminkan peningkatan pergantungan terhadap e-dagang. Perkara ini kemungkinan besar juga akan memberi kesan ke atas aktiviti di kompleks membeli belah.

Pelbagai cabaran telah dihadapi oleh pengurus bangunan semasa penularan pandemik COVID-19 ini. Penutupan sementara operasi kompleks membeli belah untuk aktiviti perniagaan yang bukan penting merupakan satu cabaran yang besar kepada pengusaha kompleks di mana ianya mengganggu aliran tunai sehingga menyebabkan kejatuhan pendapatan yang agak tinggi. Jumlah pengunjung yang dihadkan untuk mengunjung ke kompleks membeli belah juga mempengaruhi aktiviti seharian. Selain itu, penyewa yang menjalankan perniagaan bukan penting berdepan dengan masalah pemasaran dan pendapatan menyebabkan pengurusan bangunan kompleks membeli belah terpaksa memberikan rebat sewa untuk mereka bertahan dalam industri. Manakala dari segi pekerja pula, pengurusan kompleks berdepan dengan cabaran dari segi keselamatan dan kesihatan pekerja pengurusan sendiri dan juga pekerja di setiap unit retail. Terdapat pekerja yang perlu dikuarantin kerana positif COVID-19 dan ini juga sedikit sebanyak telah mengganggu aktiviti seharian perniagaan. Selain itu, pengusaha kompleks juga perlu berdepan dengan perubahan tingkah laku pengguna yang lebih cenderung membeli dalam talian berbanding secara fizikal. Maka dalam situasi ini, pengusaha perlu berubah ke arah pembelian dalam talian sekiranya hendak bertahan semasa penularan pandemik COVID-19 ini.

Sehubungan dengan itu, pengusaha kompleks perlulah mempunyai strategi pemasaran untuk meningkatkan kebolehpasaran dan menambah baik atau mengekalkan kadar penghunian kompleks berkenaan. Di sini konsep strategi pemasaran 4P perlu ditekankan bagi meletakkan kompleks membeli belah berdaya tahan untuk menghadapi sebarang cabaran. Konsep strategi pemasaran 4P dalam perniagaan bertujuan untuk memastikan semua produk dan perkhidmatan bagi sesebuah perniagaan dapat diketahui oleh orang ramai. Sekaligus, menaikkan keuntungan yang diperolehi oleh pihak syarikat. Konsep 4P bermaksud *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat).

Jurang penyelidikan merupakan persoalan atau isu permasalahan yang mana tidak pernah disentuh dalam kajian literatur sedia ada. Beberapa ketika, jurang penyelidikan akan wujud apabila ada tanggapan atau persepsi baru yang belum pernah wujud (Witteman et al, 2019). Kebanyakan kajian literatur membincangkan meluas mengenai kesan pandemik COVID-19 terhadap ekonomi negara. Beberapa artikel yang disemak didapati mempunyai maklumat terhad khusus membincangkan mengenai kesan COVID-19 dalam memacu memulakan inovasi dalam sektor peruncitan. Oleh itu, ia menunjukkan beberapa kajian empirikal untuk memulakan inovasi dalam sektor peruncitan di samping kesan COVID -19 ke atas syarikat tersebut. Kebanyakan daripada kajian tersebut tidak meluaskan kajian mereka tentang strategi untuk mengatasi kesan negatif pandemik terhadap sektor peruncitan. Kajian tersebut hanya menyentuh tentang kesan negatif COVID -19 di seluruh dunia dan juga terdapat kajian ke atas sektor kesihatan sahaja yang mana kajian tersebut tidak boleh digeneralisasikan dalam memacu memulakan inovasi dalam sektor peruncitan (Witteman et al., 2019). Manakala kajian oleh Jung dan Jeon (2021) menyentuh mengenai kesan negatif pandemik COVID-19 terhadap Pecutan Inovasi Awalan dalam Rangkaian Bekalan Runcit. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk memenuhi jurang penyelidikan tersebut untuk mengenal pasti strategi pemasaran yang digunapakai oleh pengurus bangunan semasa pandemik COVID-19.

Sehubungan dengan itu, trend keseluruhan kadar penghunian kompleks membeli-belah di Lembah Klang semasa pandemik COVID-19 dapati dihuraikan dengan mengambilkira pelbagai cabaran yang dihadapi oleh pengurus kompleks serta peralihan dalam tingkah laku pengguna. Maka dengan itu, pengurus kompleks



membeli belah boleh menggunakan pelbagai strategi pemasaran untuk bertahan semasa penularan pandemik COVID-19 ini. Bagi menyerlahkan jurang penyelidikan, kajian ini adalah penting untuk mengenal pasti strategi yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19 untuk mengekalkan kebolehpasaran dan kadar penghunian di bangunannya.

### **1.3 Persoalan Kajian**

Terdapat dua persoalan kajian yang timbul dalam kajian ini iaitu :

- i) Apakah kadar penghunian kompleks membeli belah di Lembah Klang semasa Pandemik COVID19.
- ii) Apakah strategi pemasaran yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah semasa Pandemik COVID-19.

### **1.4 Objektif Kajian**

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti strategi pemasaran oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah semasa pandemik COVID-19.

Objektif kajian adalah seperti berikut:

- i) Mengkaji kadar penghunian kompleks membeli-belah di Lembah Klang semasa Pandemik COVID-19.
- ii) Menenal pasti strategi pemasaran yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah untuk mengekalkan kadar penghunian semasa Pandemik COVID-19.

## **1.5 Skop Kajian**

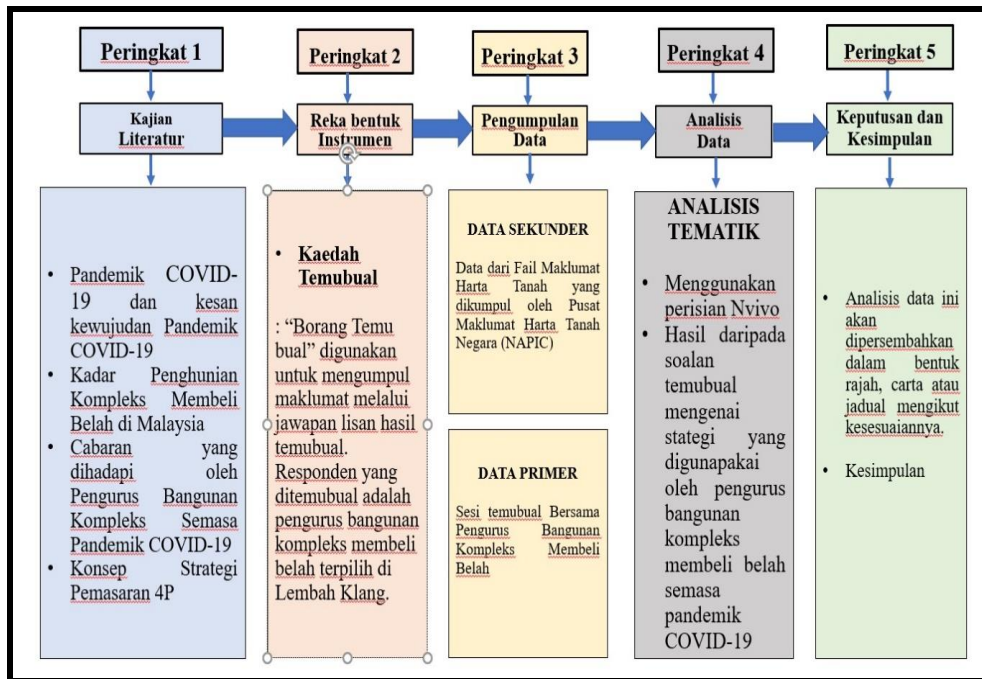
Skop kajian melibatkan kajian kadar permintaan ruang lantai kompleks membeli belah di Lembah Klang (Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor) pada tahun 2019 hingga tahun 2022. Sesi temu bual yang akan dijalankan adalah melibatkan pengurus bangunan kompleks membeli belah di Lembah Klang termasuk Kuala Lumpur, Selangor dan Putrajaya.

## **1.6 Kepentingan Kajian**

- Kajian ini dapat memberikan gambaran keseluruhan kepada pengurus bangunan mengenai kadar penghunian kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19.
- Kajian ini boleh dijadikan sebagai panduan kepada pengurus bangunan untuk menyusun strategi pemasaran bagi mengelakkan berlakunya penutupan kompleks membeli belah sekiranya berlaku sebarang pandemik di masa depan.
- Kajian ini memberikan nilai tambah kepada kajian sedia ada kerana kajian ini menyentuh mengenai strategi pemasaran 4P yang boleh digunakan oleh pengurus bangunan sebagai persediaan dalam menghadapi sebarang krisis yang melibatkan pandemik di masa hadapan.

## **1.7 Metodologi Kajian**

Kajian ini adalah bertujuan untuk mengenalpasti strategi yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kerangka kajian secara keseluruhannya adalah seperti yang ditunjukkan di dalam Rajah 1.5 di bawah.



Rajah 1.5 : Metodologi Kajian

### 1.7.1 Peringkat 1 : Kajian Literatur

Di peringkat awalan, kajian literatur dijalankan untuk mengkaji kadar penghunian kompleks membeli belah, gelagat pengguna dan strategi pemasaran yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli-belah. Antara bahan rujukan utama termasuk buku-buku, jurnal, majalah, akhbar, kamus, kajian-kajian ilmiah, disertasi, tesis, laman web dan sebagainya yang berkaitan. Penyelidik juga akan menghuraikan analisis bagi mencapai objektif pertama iaitu mengkaji kadar penghunian kompleks membeli belah di Lembah Klang semasa Pandemik COVID-19.

### 1.7.2 Peringkat 2 : Reka bentuk instrument (Instrument designation)

Instrumen yang digunakan untuk mengumpul data dalam kajian ini adalah Borang Temu Bual. Kaedah temubual akan digunakan untuk mengumpul maklumat yang diperlukan untuk mencapai objektif kedua dalam kajian ini. Borang soal

temubual semi-struktur akan direka bentuk dan dikemukakan kepada pengurus bangunan di beberapa kompleks membeli belah terpilih di Lembah Klang.

### **1.7.3 Peringkat 3: Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah salah satu peringkat yang paling penting dalam penyelidikan. Data dikumpul dan dikumpul daripada sumbernya (Menguasai Penyelidikan Dalam Pendidikan: Teori, Analisis dan Interpretasi Data). Sumber data menurut Muhlich Anshori adalah sumber dari mana data diperolehi (Anshori dan Iswati, 2009). Menurut Wiratna Sujarwenim (2015), sumber data adalah berdasarkan kaedah memperolehnya terbahagi kepada dua iaitu:

#### **(a) Data Primer**

Dalam kajian ini, penemubual adalah pengurus bangunan kompleks membeli belah terpilih di Lembah Klang. Objektif temubual separa struktur ini dirangka bagi mengenal pasti beberapa perkara bagi mencapai objektif kedua kajian ini.

#### **(b) Data Sekunder**

Data sekunder dalam kajian ini adalah penghunian kompleks membeli belah di Lembah Klang iaitu Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor. Pemilihan sampel melibatkan data kadar penghunian yang direkodkan dari 2019 hingga 2022. Data dari Fail Maklumat Harta Tanah yang dikumpul oleh Pusat Maklumat Harta Tanah Negara (NAPIC) – Borang D iaitu Penyata Pengurus Bangunan: Maklumat mengenai maklumat bangunan seperti keluasan ruang, tahun binaan dan penghunian. Data ini digunakan sebagai kerangka utama senarai kompleks beli belah yang akan dipilih.

#### **1.7.4 Peringkat 4 : Analisis Data**

Objektif pertama kajian ini akan dianalisis menggunakan analisis frekuensi di mana analisis berdasarkan data kadar permintaan ruang lantai kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19. Manakala objektif kedua pula melibatkan analisis tematik menggunakan perisian Nvivo di mana hasil daripada soalan temubual mengenai strategi yang digunakan oleh pengurus bangunan kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19 akan diterjemahkan dalam bentuk jadual matrik.

#### **1.7.5 Peringkat 5 : Keputusan dan Kesimpulan**

Hasil dari analisis data ini akan dipersembahkan dalam bentuk rajah, carta atau jadual mengikut kesesuaiannya. Bahagian perbincangan ini juga akan disertakan dengan kesimpulan.

### **1.8 Susun Atur Bab**

Terdapat lima bab di dalam penyusunan penulisan ini. Ia adalah seperti berikut:

#### **i) Bab 1**

Bab 1 adalah pendahuluan di mana gambaran awal tentang kesan kewujudan Pandemik COVID-19 terhadap permintaan ruang lantai Kompleks Membeli Belah. Bab ini merangkumi pengenalan, pernyataan masalah, persoalan kajian, objektif kajian, skop kajian, kepentingan kajian dan susun atur bab.

**ii) Bab 2**

Bab 2 pula mengenai kajian literatur iaitu menerangkan secara terperinci mengenai objektif yang berkaitan dengan kajian di dalam membantu pelaksanaan kajian tersebut. Bab ini merangkumi penerangan mengenai Pandemik COVID-19, kesan Pandemik COVID-19 terhadap operasi peruncitan dan tingkah laku pengguna, data permintaan ruang lantai kompleks membeli belah semasa pandemik COVID-19, teori strategi pemasaran 4P yang boleh digunapakai oleh pengurus bangunan kompleks, hasil analisis menggunakan kaedah kualitatif dengan analisis frekuensi bagi menghuraikan objektif pertama dan dan sebagainya.

**iii) Bab 3**

Bab 3 adalah metodologi kajian yang menerangkan secara terperinci berkaitan data yang digunakan, kaedah pengumpulan data serta analisis kajian yang digunakan dalam kajian ini. Terdapat empat peringkat kajian metodologi yang digunakan bagi membolehkan objektif kajian dicapai dengan mudah dan tersusun. Peringkat tersebut terdiri dari kajian literatur, pengumpulan data, analisis data serta kesimpulan dan cadangan.

**iv) Bab 4**

Bab 4 akan menerangkan tentang kawasan kajian, analisis dan penemuan kajian. Bahagian ini penting dalam memahami dengan lebih terperinci tentang kepentingan kajian terhadap kawasan tersebut. Kawasan kajian yang dikaji adalah di Lembah Klang iaitu Kuala Lumpur, Putrajaya dan Selangor. Manakala analisis dan penemuan kajian bagi mencapai objektif kedua kajian berdasarkan data yang telah diperolehi. Analisis tematik digunakan bagi menghuraikan objektif kedua kerana dalam penyelidikan ini akan menghasilkan kesimpulan dalam bentuk data yang menerangkan secara terperinci bukan data yang dalam bentuk nombor.

## v) **Bab 5**

Bab 5 adalah cadangan dan kesimpulan yang merupakan bab terakhir dalam penulisan kajian ini. Ia meliputi rumusan mengenai kajian yang dijalankan dan juga cadangan bagi membantu pengurus bangunan di seluruh Malaysia dalam menangani sebarang bencana luar jangka di masa akan datang. Bab ini juga menyentuh mengenai cadangan untuk kajian masa depan untuk dibincangkan.

### **1.9 Ringkasan Bab**

Bab ini menjelaskan secara umum tentang pengenalan bagi kajian yang dilakukan ini. Ianya merangkumi pernyataan masalah yang timbul bagi menyelesaikannya. Objektif kajian ini adalah bagi mengkaji permintaan ruang lantai semasa Pandemik COVID-19 dan mengenalpasti strategi pemasaran yang digunakan oleh Pengurus Bangunan bagi membantu mereka mengatasi situasi yang relevan di masa akan datang. Bab ini juga mengandungi gambaran keseluruhan metodologi kajian, kepentingan kajian dan rangka bab.

## **RUJUKAN**

Alonso, A.D., Kok, S.K., Bressan, A., O’Shea, M., Sakellarios, N., Koresis, A., A., Buitrago Solis, M. and Santoni, L.J. (2020), “COVID-19, aftermath, impacts, and hospitality firms: an international perspective”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 91.

Anderson, B., Ruhs, M. and Spencer, S. (2006), “A fair deal?”, *Migrant Workers in Low-Wage Occupations in the UK*, COMPAS, University of Oxford. Oxford.

Ashworth, G. and Page, S.J. (2011), “Urban tourism research: recent progress and current paradoxes”, *Tourism Management*, Vol. 32 No. 1, pp. 1-15.

Barrot, J.N., Grassi, B. and Sauvagnat, J. (2020), “Sectoral effects of social distancing”, Available at SSRN. Centre for Economic Policy Research, Vol. 3, pp. 85-102.

Bluestone, B. and Harrison, B. (1982), *The Deindustrialization of America: Plant Closings, Community Abandonment, and the Dismantling of Basic Industry*, (Vol. 312): Basic Books. New York, NY.

Bock, K. (2015), “The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities”, *European Journal of Futures Research*, Vol. 3 No. 1, p. 20

Castela, A. (2018), “Impacts of tourism in an urban community: the case of Alfama”, *Athens Journal of Tourism*, Vol. 5 No. 2, pp. 133-148.

Chirisa, I., Mutambisi, T., Chivenge, M., Mabaso, E., Matamanda, A.R. and Ncube, R. (2020), “The urban penalty of COVID-19 lockdowns across the globe: manifestations and lessons for anglophone SubSaharan Africa”, *GeoJournal*, Vol. 1, pp. 1-14.

Coates, B., Cowgill, M., Chen, T. and Mackey, W. (2020), *Shutdown: estimating the COVID-19 Employment Shock*, GRATTAN Institute. Melbourne.



Cochran, W.G. (1977), *Sampling Techniques*, 3rd edition: John Wiley & Sons. New York, NY.

Cohen, E. and Cohen, S.A. (2015), “A mobilities approach to tourism from emerging world regions”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 18 No. 1, pp. 11-43.

Couch, C. and Farr, S.J. (2000), “Museums, galleries, tourism and regeneration: some experiences from Liverpool”, *Built Environment*, Vol. 19, pp. 152-163.

Crankshaw, O. and Borel-Saladin, J. (2014), “Does deindustrialisation cause social polarisation in global cities?”, *Environment and Planning A: Economy and Space*, Vol. 46 No. 8, pp. 1852-1872.

Croes, R. and Vanegas, M. (2008), “Tourism and poverty alleviation: a co-integration analysis”, *Journal of Travel Research*, Vol. 47 No. 1, pp. 94-103.

Economic Eye (2020), “What now for city tourism?”, available at: [www.ey.com/en\\_ie/strategy-transactions/what-now-for-city-tourism](http://www.ey.com/en_ie/strategy-transactions/what-now-for-city-tourism)

Elshaer, A.M. (2019), *Labor in the Tourism and Hospitality Industry: skills, Ethics, Issues, and Rights*, CRC Press. New York, NY.

Fana, M., Tolan, S., Torrejon Pe´rez, S., Urzi Brancati, M.C. and Fernandez-Macı´as, E. (2020), *The COVID Confinement Measures and EU Labour Markets*, Publications Office of the European Union. Luxembourg.

Foo, L.P., Chin, M.Y., Tan, K.L. and Phuah, K.T. (2020), “The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 1, doi: 10.1080/13683500.2020.1777951.

Fournier, S.F. and Axelsson, S. (1993), “The shift from manufacturing to services in Sweden”, *Urban Studies*, Vol. 30 No. 2, pp. 285-298.

Gossling, S., Scott, D. and Hall, C.M. (2020), "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 29 No. 1, pp. 1-20.

Grech, V., Cuschieri, S., Balzan, M., Grech, P., Fabri, S. and Gauci, C. (2020), "Malta tourism losses due to second wave of COVID-19", *Early Human Development*, Vol. 1, available at: <https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2020.105208>

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2013), *Multivariate Data Analysis*, Seventh., Pearson Education, Harlow.

Hammarström, A. and Janlert, U. (1997), "Nervous and depressive symptoms in a longitudinal study of youth unemployment – selection or exposure?", *Journal of Adolescence*, Vol. 20 No. 3, pp. 293-305.

Hutton, T.A. (2003), "Service industries, globalization, and urban restructuring within the Asia-Pacific: new development trajectories and planning responses", *Progress in Planning*, Vol. 61 No. 1, pp. 1-74.

<https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2020/03/668444/covid-19-industri-gedung-beli-belah-berdepan-kerugian-lebih-rm750>

<https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2020/03/668444/covid-19-industri-gedung-beli-belah-berdepan-kerugian-lebih-rm750>

<https://www.astroawani.com/gaya-hidup/belibelah-dalam-talian-jadi-normal-baharu-rakyat-malaysia-shopee-242972>

<https://www.sinarharian.com.my/article/106462/KHAS/Covid-19/Covid-19-Pusat-beli-belah-lengah>

<https://themalaysianreserve.com/2021/12/08/malaysias-retail-sectors-hit-hard-by-the-covid-19-pandemic/>

<https://www.malaysiakini.com/advertorial/536913>

<https://www.channelnewsasia.com/asia/covid-19-malaysia-third-lockdown-more-cases-empty-streets-malls-1823051>

<https://malaysia.news.yahoo.com/survey-shows-90pc-sales-drop-015424978.html>

<https://www.thestar.com.my/business/business-news/2021/05/15/no-hiding-from-the-pandemic-for-retailers>

International Labour Organization (2020a), ILOSTAT Database, Data retrieved in September 29, 2020.

ILO (2020b), “COVID-19 and employment in the tourism sector: impact and response in Asia and the pacific”, (24 April),

IPK International (2016), ITB World Travel Trends Report 2015-6, Messe Berlin GmbH. Berlin.

Koritz, D. (1991), “Restructuring or destructuring? Deindustrialization in two industrial heartland cities”, *Urban Affairs Quarterly*, Vol. 26 No. 4, pp. 497-511.

Law, C.M. (1996), “Introduction”, in Law, CM (Ed.), *Tourism in Major Cities*, International Thomson Business Press. London, pp. 1-22.

Law, C.M. (2000), “Regenerating the city center through leisure and tourism”, *Built Environment*, Vol. 26, pp. 117-129

Laporan Pasaran Harta 2020, Pusat Maklumat Harta Tanah Negara.

Laporan Pasaran Harta 2021, Pusat Maklumat Harta Tanah Negara.