

Penggunaan Ruang Bawah Tanah dan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah: Isu dan Analisis Empirik

Nur Najihah Batrisya Ahmad Dzulqahar, Masfaliza Mohsen, Zarina Shamsudin & Ismail Omar

Jabatan Pengurusan Harta Tanah, Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan,
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, Batu Pahat, 864000, MALAYSIA.

*Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.30880/rmtb.2021.02.02.057>

Received 30 September 2021; Accepted 01 November 2020; Available online 01 December 2021

Abstract: Shopping complexes in Malaysia play an important role in driving economic growth and urban development. By the end of 2019, shopping complex industry in Malaysia will have more than 166.6 million square feet of area with an estimated value of RM130 billion. The key factors that contributed to the increase of its demand are strategic location, robust accessibility and infrastructure, concepts that meet customer needs and preferences, adequate facilities and services, design and layout of each organized space, ample parking space, effective marketing and proactive management and maintenance. In addition, the use of the basement has significantly related the sustainable development and improvement of the environment and the quality of life for the community. Therefore, this paper focused on aspects of the use of space in basement and upper floor space as well as issues in the use of both spaces in the shopping complex. This study thoroughly observed on how look at how the use of the basement and the upper floors of the shopping complex is organized and designed to ensure the best use of both spaces. To achieve the objective of the study, the interview method is used to produce a qualitative analysis in order to described the views and information of the respondents so that a conclusion supporting each objective can be achieved.

Keywords: Use of space, Underground space, Upstairs space and Shopping Complex

Abstrak: Kompleks beli-belah di Malaysia memainkan peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan bandar. Menjelang akhir tahun 2019, industri kompleks beli-belah Malaysia mempunyai lebih daripada 166.6 juta kaki persegi luas kawasan dengan anggaran nilai harta tanah sebanyak RM130 bilion. Faktor utama yang menjayakan sesebuah kompleks beli-belah adalah lokasi yang strategik, aksesibiliti dan infrastruktur yang mantap, konsep yang menepati keperluan dan cita rasa pelanggan, kemudahan dan perkhidmatan yang mencukupi, reka bentuk dan susun atur setiap ruang tersusun, ruang tempat letak kereta yang mencukupi, pemasaran yang berkesan dan pengurusan serta penyelenggaraan yang proaktif. Di samping itu, penggunaan ruang bawah tanah juga telah menyumbang kepada pembangunan mampan dan penambahbaikan kepada alam sekitar serta kualiti hidup masyarakat. Oleh yang demikian, penulisan ini akan menumpukan kepada aspek penggunaan

ruang dari segi perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas serta isu dalam penggunaan kedua-dua ruang tersebut. Kajian ini akan melihat bagaimana penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah diatur dan dirancang bagi memastikan penggunaan kedua-dua ruang tersebut dapat dioptimumkan dengan sebaiknya. Bagi mencapai objektif kajian, kaedah temubual digunakan bagi menghasilkan satu analisis kualitatif iaitu analisis rangkaian tematik yang akan menghuraikan pandangan dan maklumat daripada responden sehingga satu rumusan yang menyokong setiap objektif dapat dicapai.

Kata Kunci: Penggunaan Ruang, Ruang Bawah Tanah, Ruang Tingkat Atas dan Kompleks Beli-Belah

1. Pengenalan

Kompleks beli-belah di Malaysia menyaksikan perubahan pesat sejak beberapa tahun yang lalu. Malaysia mengikuti trend dunia dalam memenuhi permintaan pelanggan yang semakin meningkat. Kemudahan dan penggunaan ruang kompleks beli-belah hari ini tidak terhad kepada aktiviti membeli-belah sahaja tetapi telah diperluas dengan pelbagai kemudahan seperti restoran, ruang rekreasi dan hiburan untuk memenuhi kehendak serta keperluan pelanggan. Reka bentuk kompleks beli-belah kini juga telah berkembang membentuk gaya yang lebih moden. Kebanyakan kompleks beli-belah kini dibina sebagai sebahagian daripada pembangunan kediaman, hotel, pejabat, taman dan kemudahan awam yang lain. Kompleks beli-belah di Malaysia juga menarik perhatian pelanggan dengan menawarkan produk tempatan yang berkualiti dan pelbagai produk berjenama dari antarabangsa (Klang Valley, 2015).

1.1 Latar Belakang Kajian

Penggunaan ruang bawah tanah di kawasan bandar berkembang secara perlahan dari masa ke masa malah banyak masalah dihadapi berkaitan infrastruktur ruang bawah tanah pada masa kini. Hal ini adalah disebabkan oleh kekurangan perancangan atau pandangan yang jitu dalam penggunaan ruang bawah tanah dari segi strategi mapan untuk memantapkan perancangan bagi setiap ruang bawah tanah secara terperinci (Admiral dan Cornaro, 2018). Di Malaysia, jenis kegunaan 'tanah bawah tanah' bagi tujuan persendirian adalah agak terhad. Penggunaan tanah bawah tanah kebanyakannya hanya tertumpu bagi tujuan kegunaan ruang perniagaan dan tempat letak kereta, terutamanya di pusat membeli belah serta bangunan pejabat (Farah *et al.*, 2012).

Contoh penggunaan tanah bawah tanah yang terkenal adalah seperti Plaza Dataran Merdeka dan Menara Berkembar Petronas. Kebanyakan kegunaan tanah bawah tanah' untuk tujuan awam adalah tertumpu di kawasan pusat bandar seperti Kuala Lumpur. Secara amnya, kegunaan yang paling optimum dan terbaik 'tanah bawah tanah' di kawasan bandar adalah bagi tujuan ruang perniagaan. Hal ini kerana ruang perniagaan dianggap amat praktikal jika dibina di paras tanah bawah tanah kerana mempunyai permintaan pasaran yang menggalakkan serta mampu menjana pendapatan sewa yang tinggi berbanding kegunaan lain. Berdasarkan kajian yang terperinci daripada teori sejarah Malaysia, penggunaan ruang bawah tanah di Malaysia bermula dengan penubuhan lot kedai di bawah Dataran Merdeka iaitu enam belas tahun yang lalu, diikuti oleh Menara Berkembar Petronas, Transit Aliran Ringan, Pengurusan Air Ribus dan Terowong Jalan Raya (SMART), dan terkini adalah projek Mass Rapid Transit (MRT) (Farah *et al.*, 2012).

1.2 Penyataan Masalah

Dianggarkan kira-kira lebih daripada separuh penduduk dunia menetap di kawasan bandar dan angka ini dijangka akan terus berkembang sehingga 85.9% pada tahun 2050. Orang ramai dijangka akan terus berpindah dari pedalaman ke kampung, bandar, metropolis dan jumlah itu akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Akhirnya, mengakibatkan bandar-bandar semakin sesak. Perkembangan pesat di kawasan bandar untuk memenuhi keperluan manusia dilihat tidak konsisten seiring dengan prinsip pembangunan mampan. Tambahan pula, ruang sangat diperlukan terutamanya bagi tujuan pembinaan

perumahan dan infrastruktur yang turut menyebabkan masalah lain seperti kesesakan lalu lintas, pencemaran dan kekurangan ruang yang sesuai untuk pembangunan (Farah *et al.*, 2012).

Pertambahan penduduk yang semakin meningkat telah mengakibatkan krisis ruang bagi tujuan pembangunan. Penggunaan ruang yang melebihi kapasiti disebabkan oleh pembinaan jalan raya bertingkat dan pembangunan infrastruktur menyebabkan berlakunya penebangan hutan dan kemusnahan alam sekitar yang berleluasa. Di bandar mewah Los Angeles, Amerika Syarikat sudah tiada lagi ruang yang berpotensi bagi tujuan pembangunan kerana kebanyakan ruang telah digunakan. Selain itu, jumlah penduduk di bandar Shenzhen, China yang telah mencapai angka dua (2) juta menjadi kekangan dalam pembangunan masa depan bandar Shenzhen. Hal ini disebabkan oleh percanggahan antara potensi pembangunan dan kekurangan bekalan sumber terutamanya sumber tanah seperti yang dinyatakan di dalam strategi bandar Shenzhen, China untuk tahun 2030 (Cheng Zhang *et al.*, 2011).

1.3 Persoalan Kajian

- (i) Apakah perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah?
- (ii) Apakah isu dalam penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah?

1.4 Objektif Kajian

- (i) Mengkaji perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.
- (ii) Mengetahui isu dalam penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.

1.5 Kepentingan Kajian

Kajian ini dapat membantu pengurus harta kompleks beli-belah meningkatkan kualiti perkhidmatan dan bertindak secara realistik dalam berdepan cabaran sebagai seorang pengurus harta di kompleks beli-belah. Kajian ini juga dapat memberi kesedaran kepada peniaga dan penyewa tapak kompleks beli-belah tentang kepentingan mengoptimumkan ruang yang disediakan untuk menjalankan operasi perniagaan supaya kurangnya isu yang timbul dan secara tidak langsung dapat membantu peniaga dan penyewa tapak meningkatkan keuntungan. Selain itu, kajian ini akan dapat memberi kesedaran kepada para pelabur harta tanah untuk menitikberatkan aspek penggunaan setiap ruang yang mempengaruhi kadar keuntungan perniagaan dan dapat memberi pengetahuan serta pembelajaran untuk difahami dan dihayati oleh masyarakat.

1.6 Skop Kajian

Kajian ini memberi tumpuan kepada penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Kajian ini terhad kepada kawasan sekitar Kuala Lumpur dan Selangor iaitu kompleks beli-belah Aeon cawangan Taman Maluri, AU2 Setiawangsa dan Shah Alam. Penyelidik menggunakan kaedah kualitatif iaitu dengan menemu bual kesemua pengurus kompleks beli-belah Aeon yang terlibat.

2. Kajian Literatur

2.1 Kaedah Merancang Penggunaan Ruang

Bagi merealisasikan perancangan penggunaan setiap ruang bagi sesebuah bangunan, terdapat beberapa kaedah yang boleh dilaksanakan. Salah satu kaedah dalam merancang penggunaan ruang adalah menyediakan butiran seperti gambar bagi setiap unit persegi, peta bagi setiap tingkat bangunan, susun atur dalam bangunan dan data yang berkaitan. Butiran-butiran ini bertujuan untuk melihat ukuran dan jarak setiap ruang dalam bangunan tersebut secara jelas dan terperinci (ESRI, 2009).

Sistem Maklumat Geografi (GIS) boleh digunakan untuk menyimpan kesemua maklumat berkaitan perancangan penggunaan ruang bagi membuat analisis dengan lebih terperinci. Sistem GIS juga membolehkan pengguna melihat keadaan keseluruhan ruang dan mencadangkan penyelesaian yang

bersesuaian dengan keadaan secara manual melalui alat “drag and drop”. Alat berasaskan sistem GIS ini dicipta bagi memudahkan perancangan penggunaan ruang tingkat atas ataupun bawah tanah kerana berupaya mengesan dan menghilangkan ruang kosong iaitu jarak yang wujud antara ruang dalam bangunan dengan bantuan data yang disimpan di dalam sistem. bagi memperlihatkan pemboleh ubah dan kesan kritikal terhadap analisis ruang yang dilaksanakan. Model yang dicipta dalam perancangan penggunaan ruang tersebut perlulah berbentuk fleksibel bagi memudahkan penggunaanya untuk menilai, membandingkan dan membuat keputusan. Antara contoh ruang yang terlibat adalah ruang yang menyediakan perkhidmatan atau kemudahan kepada penggunaanya seperti makmal, dewan, ruang pejabat dan sebagainya (ESRI, 2009).

2.2 Kategori Kegunaan Tanah Bawah Tanah

(a) Ruang Berfungsi

Kegunaan tanah bawah tanah sebagai ruang berfungsi untuk aktiviti manusia bukan perkara baru. Pada zaman dahulu, tanah bawah tanah digunakan bagi tujuan perlindungan, tentera, keagamaan dan perparitan (Farah Zaini *et al.*, 2015). Perkembangan teknologi pembinaan yang pesat serta faktor urbanisasi menyebabkan kegunaan ruang tanah bawah tanah diperluaskan bagi tujuan pembinaan terowong untuk jalan dan rel, perdagangan, tempat penyimpanan dan sebagainya. Jadual 1 menunjukkan kegunaan tanah bawah tanah yang boleh dilaksanakan berdasarkan teknologi pembinaan moden (David Evans *et al.*, 2012).

Jadual 1: Kegunaan tanah bawah tanah (David Evans *et al.*, 2012)

Kategori	Kegunaan Ruang Bawah Tanah
Kediaman	Garaj
Perdagangan	Ruang niaga, tempat letak kereta dan stor
Industri	Ruang penghasilan dan stor
Kegunaan Awam/Infrastruktur	Loji rawatan air dan terowong
Penyimpanan Gas/Bahan-Bahan Berbahaya/Tenaga	Penyimpanan gas karbon dioksida dan penyimpanan sisa radioaktif

(b) Fungsi Memberi Sokongan

Menurut (JPPH, 2018), tanah bawah tanah merupakan tempat tumbuh dan berkembangnya perakaran tanaman. Malah, tanah bawah tanah memainkan peranan penting untuk memberi sokongan kepada pembinaan di tanah permukaan. Ia merupakan penempatan asas (*foundation*) dan cerucuk (*piling*).

2.3 Penggunaan Ruang Bawah Tanah dan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah

(a) Ruang Bawah Tanah Kompleks Beli- Belah

Jadual 2 menunjukkan sebilangan kompleks beli-belah di Malaysia setakat tahun 2018 yang memanfaatkan ruang bawah tanah sebagai tempat letak kereta dan turut dijadikan ruang perniagaan manakala sebilangan yang lain hanya menjadikan ruang tersebut sebagai ruang tempat letak kereta.

Jadual 2: Penggunaan ruang bawah tanah kompleks beli-belah di Malaysia (JPPH, 2018)

Kompleks Beli-Belah	Kegunaan Ruang Bawah Tanah
Quill City Mall	Tempat letak kereta dan ruang perniagaan

Publika	Tempat letak kereta
Midvalley Mega Mall	Tempat letak kereta dan ruang perniagaan
The Gardens	Tempat letak kereta dan ruang perniagaan
Pavillion	Tempat letak kereta
Time Square	Tempat letak kereta
1 Utama	Tempat letak kereta dan ruang perniagaan
IOI City Mall	Tempat letak kereta
Sunway Pyramid	Tempat letak kereta dan ruang perniagaan
Subang Parade	Tempat letak kereta

(b) Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli- Belah

Terdapat beberapa kompleks beli-belah terkemuka di Malaysia yang menjadi tumpuan hasil daripada penggunaan ruang tingkat atas yang dilaksanakan dengan baik dan tersusun. Kompleks beli-belah 1Utama yang terletak di Bandar Utama, Damansara telah diiktiraf oleh media antarabangsa Cable News Network (CNN) sebagai kompleks beli-belah keempat terbesar di dunia kerana memiliki lebih daripada 650 kedai, kemudahan 'rock climbing' terbesar di Asia, taman di bahagian bumbung dan hutan hujan di bahagian dalam kompleks beli-belah tersebut. Selain itu, Sunway Pyramid yang terletak di Bandar Sunway juga menonjol dengan seni bina khas yang diilhamkan dari Mesir. Kompleks beli-belah ini memanfaatkan ruang tingkat atas dengan menyediakan gelanggang luncur ais dan laluan terus ke Taman Tema Sunway Lagoon (Klang Valley, 2015).

Johor Premium Outlets (JPO) yang terletak di Kulaijaya juga memanfaatkan ruang tingkat atas dengan baik. JPO menyediakan kira-kira 130 ruang bagi menempatkan kedai-kedai pereka berjenama untuk menarik perhatian pelanggan dan turut mengadakan diskaun istimewa pada setiap minggu. Kompleks beli-belah yang terkenal di Kota Samarahan, Sarawak iaitu Summer Shopping Mall menggunakan ruang tingkat atas bagi menempatkan kira-kira 300 lot kedai yang menawarkan pelbagai perkhidmatan dan hiburan kepada pelanggan. Salah satunya adalah pawagam terbesar di Malaysia Timur iaitu Lotus Five Star Cineplex yang mempunyai kira-kira 12 dewan pawagam secara keseluruhan '(Klang Valley, 2015)'.

2.4 Tujuan Penggunaan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah

Kegunaan ruang tingkat atas kompleks beli-belah merangkumi pelbagai jenis perkhidmatan dan kemudahan untuk menarik pengunjung. Jadual 3 menunjukkan kategori kegunaan ruang tingkat atas kompleks beli-belah beserta contoh kegunaan (Ihfasuziella *et al.*, 2019).

Jadual 3: Kategori kegunaan ruang tingkat atas kompleks beli-belah (Ihfasuziella *et al.*, 2019)

Kategori Kegunaan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah	Contoh Kegunaan
Hiburan	Pawagam, kedai makan, pusat bowling, gimnasium, pusat karaoke, gelanggang luncur ais dan taman tema.
Kemudahan pelanggan	Surau, tandas, tempat letak kereta, perkhidmatan perbankan seperti ATM dan pengurup wang.
Penyelenggaraan	Perkhidmatan pembersihan dan perkhidmatan pengurusan teknikal.
Komunikasi	Direktori maklumat dan lobi.
Keselamatan	Perkhidmatan keselamatan, sistem kecemasan, dan sistem elektronik bagi memadam kebakaran.

3. Metodologi Kajian

Bahagian ini adalah penting di dalam setiap penyelidikan kerana metodologi kajian dapat menentukan bagaimana sesuatu maklumat dapat diperolehi dengan tepat dan boleh diguna pakai bagi menjawab persoalan dan objektif kajian seterusnya dapat menghasilkan keputusan bagi sesuatu

penyelidikan yang telah dibuat berdasarkan tajuk dan objektif yang ingin dicapai. Keputusan kajian yang dicapai dapat dilihat melalui hasil analisis berdasarkan maklumat yang diperoleh.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Penyelidik akan menemu bual pengurus harta kompleks beli-belah Aeon cawangan Taman Maluri, AU2 Setiawangsa dan Shah Alam. Responden akan ditanya mengenai perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta isu-isu yang timbul dalam penggunaan kedua-dua ruang tersebut. Tambahan pula, setakat ini masih tiada lagi kajian mengenai isu penggunaan ruang bawah tanah dan tingkat atas kompleks beli-belah. Oleh yang demikian, kajian ini akan dapat membantu penyelidik mengenal pasti dan merungkai isu-isu yang terlibat dalam penggunaan kedua-dua ruang tersebut melalui kaedah temu bual bersama pengurus harta kompleks beli-belah Aeon cawangan Taman Maluri, AU2 Setiawangsa dan Shah Alam.

3.2 Teknik Analisis Data

Kaedah analisis tematik merupakan teknik analisis daripada temu bual yang telah dilakukan. Analisis tematik boleh menerangkan dan mengasingkan antara tema yang berkaitan sahaja di dalam kajian supaya arah kajian tidak melencong dan kajian mudah difahami oleh pembaca. Kaedah analisis tematik digunakan untuk menganalisis segala data yang diperoleh daripada temu bual yang telah dijalankan dengan pihak pengurus harta kompleks beli-belah Aeon cawangan Taman Maluri, AU2 Setiawangsa dan Shah Alam.

4. Analisis Data dan Dapatan Kajian

4.1 Analisis latar belakang responden

Jadual 4 menunjukkan latar belakang responden melalui temu bual dijalankan penyelidik. Responden kajian ini terdiri daripada pihak pengurusan kompleks beli-belah Aeon sekitar Kuala Lumpur dan Selangor.

Jadual 4: Latar belakang responden yang terlibat dalam kajian melalui temu bual

Responden	Kompleks beli-belah	Jawatan	Maklumat Diri Responden
Responden 1	Aeon Taman Maluri	Pengurus Operasi	(i) Mimi Azura bt Abdul Mutalib (ii) 19 tahun berkhidmat sebagai pengurus operasi di Jabatan Pembahagian Harta Tanah kompleks beli-belah Aeon Taman Maluri
Responden 2	Aeon AU2 Setiawangsa	Pengurus Harta Tanah	(i) Fauziah bt Abu Hassan (ii) 2 tahun pengalaman berkhidmat sebagai pengurus kompleks beli-belah Aeon AU2 Setiawangsa dan 31 tahun pengalaman sebagai pengurus operasi di pelbagai kompleks beli-belah seluruh Malaysia
Responden 3	Aeon Shah Alam	Pembantu Pengurus Operasi	(i) Hanis Haryati Hussin (ii) 4 tahun pengalaman berkhidmat sebagai pembantu pengurus operasi di Jabatan Operasi kompleks beli-belah Aeon Shah Alam

4.2 Analisis Objektif 1: Perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

(a) Dapatan analisis jenis penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Jadual 5 menunjukkan jenis penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Merujuk hasil temu bual, jelas menunjukkan ketiga-tiga kompleks beli-belah mempunyai perbezaan dari segi jenis penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas. Kompleks beli-belah Aeon Taman Maluri dan kompleks beli-belah Aeon Shah Alam menggunakan ruang bawah tanah sebagai tempat letak kereta manakala ruang tingkat atas dijadikan ruang niaga. Manakala, kompleks beli-belah Aeon AU2 Setiawangsa satu-satunya kompleks beli-belah yang turut menggunakan ruang bawah tanah sebagai ruang niaga selain daripada ruang tingkat atas

Jadual 5: Jenis penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Responden	Jenis Penggunaan Ruang Bawah Tanah dan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah	
	Ruang Bawah Tanah	Ruang Tingkat Atas
Responden 1 (Aeon Taman Maluri)	Tempat letak kereta, ruang penyelenggaraan, ruang pembentungan dan ruang sistem penjanaan elektrik.	Ruang niaga dan ruang atrium bagi menempatkan pelbagai jenis servis dan perkhidmatan. Ruang niaga dibahagikan kepada beberapa kategori iaitu ruang niaga korporat, ruang niaga jenama tempatan dan ruang terbuka.
Responden 2 (Aeon AU2 Setiawangsa)	Ruang niaga, medan selera, tempat letak kereta, ruang penyelenggaraan, ruang pembentungan dan ruang sistem penjanaan elektrik	Ruang niaga serta servis dan perkhidmatan yang terdiri daripada medan selera, pasaraya, barangan berjenama, aksesori, kelengkapan rumah dan banyak lagi serta ruang terbuka yang digunakan untuk jualan promosi musim perayaan.
Responden 3 (Aeon Shah Alam)	Tempat letak kereta, ruang sistem pembentungan, ruang penyelenggaraan dan ruang sistem penjanaan elektrik	Pasaraya, kedai serbaneka dan pelbagai servis serta perkhidmatan lain seperti dobi, farmasi, medan selera dan bank yang terdiri daripada kategori antarabangsa dan tempatan.

(b) Dapatan analisis kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Berikutnya adalah Jadual 6 yang menunjukkan jawapan responden bagi kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas ketiga-tiga kompleks beli-belah adalah berbeza bergantung kepada keputusan pihak pengurusan. Berdasarkan jawapan responden, Responden 1 dan Responden 3 mempunyai kriteria penetapan penggunaan ruang yang berbeza manakala Responden 2 mempunyai kriteria penetapan yang sama bagi kedua-dua ruang kerana ruang bawah tanah kompleks beli Aeon AU2 Setiawangsa turut digunakan sebagai ruang niaga.

Jadual 6: Kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Responden	Kriteria Penetapan Penggunaan Ruang Bawah Tanah dan Ruang Tingkat Atas Kompleks Beli-Belah
-----------	--

	Ruang bawah tanah	Ruang tingkat atas
Responden 1 (Aeon Taman Maluri)	<ul style="list-style-type: none"> Bergantung kepada keputusan hasil daripada perbincangan antara pihak pengurusan dan para pelabur. Mengambil kira jumlah purata bilangan penduduk sekeliling, bilangan rutin penyelenggaraan dan jumlah kenderaan keluar masuk. 	<ul style="list-style-type: none"> Bergantung kepada keputusan hasil daripada perbincangan antara pihak pengurusan dan para pelabur. Mengambil kira kos operasi seperti elektrik, air, perkhidmatan keselamatan dan kebersihan. Mengambil kira jumlah purata bilangan penduduk sekeliling, bilangan rutin penyelenggaraan dan jumlah kenderaan keluar masuk. Keperluan sesuatu servis dan perkhidmatan baru yang hendak ditambah akan dinilai dan ditapis setelah mendapat persetujuan bersama pihak pelabur syarikat.
Responden 2 (Aeon AU2 Setiawangsa)	<ul style="list-style-type: none"> Mengambil kira kategori produk atau servis dan perkhidmatan tertentu melalui semakan rekod pelanggan dan data jualan. Memperuntukkan ruang khusus secara berasingan di ruang tingkat atas kompleks beli-belah untuk menempatkan bilik persalinan bagi kategori fesyen dan pakaian. Memperuntukkan ruang yang berhadapan dengan jalan raya di kawasan pintu masuk utama untuk mempromosi jualan kepada pelanggan. Bergantung kepada jumlah ruang yang disediakan untuk ruang perniagaan dan ruang am untuk kegunaan kakitangan. Penetapan penggunaan ruang adalah berdasarkan saiz dan jenis perniagaan. 	
Responden 3 (Aeon Shah Alam)	<ul style="list-style-type: none"> Melalui kaedah perancangan dan pelaksanaan yang jitu untuk mewujudkan keseragaman dalam keseluruhan penggunaan ruang. Berdasarkan kedudukan pintu masuk, jumlah pelanggan keluar masuk, corak pembelian pelanggan dan faktor kekosongan ruang. 	<ul style="list-style-type: none"> Berdasarkan saiz tapak, akses, ketersediaan utiliti, persaingan dan jenama terpilih dan diterima oleh pelanggan. Melalui kaedah perancangan dan pelaksanaan yang jitu untuk mewujudkan keseragaman dalam keseluruhan penggunaan ruang. Memastikan penyewa utama mendapat ruang di tingkat atas pada bahagian lot sudut dan ditempatkan dalam kelompok yang bersesuaian sebagai strategi jualan.

(c) Dapatan analisis jumlah tingkat, bilangan ruang niaga dan kategori kegunaan setiap tingkat kompleks beli-belah

Penyelidik mendapati ketiga-tiga kompleks beli-belah mempunyai jumlah tingkat, bilangan ruang niaga dan kategori kegunaan setiap tingkat yang berbeza. Kategori kegunaan yang disenaraikan dalam Jadual 7 adalah antara contoh yang didapati oleh penyelidik dari laman web rasmi kompleks beli-belah Aeon. Jadual 7 juga menunjukkan jawapan kesemua responden bagi jumlah tingkat, bilangan ruang niaga dan kategori kegunaan setiap tingkat kompleks beli-belah.

Jadual 7: Jumlah tingkat, bilangan ruang niaga dan kategori kegunaan setiap tingkat kompleks beli-belah

Responden	Jumlah Tingkat/ Kategori Kegunaan
-----------	-----------------------------------

	Ruang bawah tanah		Ruang tingkat atas		Bilangan ruang niaga
Responden 1 (Aeon Taman Maluri)	2 tingkat	Kemudahan pelanggan -Tempat letak kereta	3 tingkat	Hiburan -Palo -Molly Fantasy Kesihatan -20Db Hearing -Himalaya Herbal Healthcare Servis -Outpost -Pos Malaysia Fesyen -Bata -Poh Kong Makanan & minuman -Sukiya -The Alley	Lebih daripada 400 ruang niaga
Responden 2 (Aeon AU2 Setiawangsa)	1 tingkat	Kemudahan pelanggan -Tempat letak kereta Hiburan -TGV Cinemas	2 tingkat	Hiburan -KidZooona Kesihatan -Anytime Fitness -Guardian Servis -Digi Store Express -Umobile Fesyen -Al-Ikhsan Makanan & minuman -Nandos -Starbucks	250 ruang niaga
Responden 3 (Shah Alam)	2 tingkat	Kemudahan pelanggan -Tempat letak kereta	4 tingkat	Hiburan -Aeon Hall -K Song Family Karaoke Kesihatan -Caring Pharmacy -Guardian Servis -Maybank -Maxis Fesyen -Bonia -Converse Makanan & minuman -Famous Amos -Juice Works	Lebih daripada 400 ruang niaga

4.3 Analisis Objektif 2: Isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

(a) Dapatan analisis isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta kesannya.

Berikut adalah Jadual 8 yang menunjukkan dapatan analisis isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta kesannya.

Jadual 8: Isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta kesannya

Responden	Isu	Kesan
Responden 1 (Aeon Taman Maluri)	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan jumlah kompleks beli-belah sekitar Kuala Lumpur mewujudkan persaingan antara kompleks beli-belah. Situasi pandemik Covid-19. 	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan ruang tidak konsisten kerana terdapat segelintir penyewa premis terutamanya peniaga tempatan berpindah ke premis perniagaan yang menawarkan jumlah sewa lebih rendah. Waktu operasi perniagaan semasa pandemik Covid-19 terpaksa ditamatkan lebih awal. Pendapatan syarikat tidak konsisten sekaligus mendatangkan kerugian kepada pelabur.
Responden 2 (Aeon AU2 Setiawangsa)	<ul style="list-style-type: none"> Kekurangan ruang tempat letak kereta di ruang bawah tanah. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak dapat memenuhi keperluan tempat letak kereta kerana terdapat hanya 1 tingkat tempat letak kereta. Terdapat pengunjung disaman kerana meletakkan kenderaan di kawasan tidak dibenarkan sepanjang pinggir jalan berhadapan kompleks beli-belah. Gangguan lalu lintas dan mengundang kes jenayah seperti kecurian dan vandalisme.
Responden 3 (Aeon Shah Alam)	<ul style="list-style-type: none"> Persaingan dengan perniagaan atas talian. Situasi pandemik Covid-19. 	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat beberapa jenama yang menutup premis dan menjalankan perniagaan atas talian sekaligus memberi impak kepada penggunaan ruang di kompleks beli-belah. Kesan negatif terhadap pendapatan syarikat dan pelabur kerana kos-kos operasi seperti elektrik, air, pembentungan serta kos penyelenggaraan. Situasi pandemik Covid-19 mengakibatkan jumlah pengunjung menurun secara mendadak. Menggugat syarikat dan para pelabur untuk mengekalkan keuntungan.

(b) Dapatan analisis tahap penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Jadual 9 menunjukkan tahap penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Tahap penggunaan ruang kompleks beli-belah adalah berdasarkan pandangan secara umum oleh responden.

Jadual 9: Tahap penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Responden	Tahap penggunaan	Catatan
Responden 1 (Aeon Taman Maluri)	Sederhana	Sesetengah susun atur ruang yang terdapat di kompleks beli-belah Aeon Taman Maluri masih dalam proses perancangan untuk distrukturkan semula.
Responden 2 (Aeon AU2 Setiawangsa)	Baik	Terdapat perancangan pada masa akan datang bagi memperluas tempat letak kereta untuk memenuhi keperluan pengunjung.
Responden 3 (Aeon Shah Alam)	Baik	Pihak pengurusan sentiasa peka terhadap situasi semasa dan bersedia sekiranya apa-apa perubahan yang perlu dilaksanakan untuk memastikan penggunaan ruang kompleks beli-belah tersebut berada pada tahap yang optimum.

5. Cadangan dan Kesimpulan

5.1 Rumusan Kajian

Kajian ini adalah tentang penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Kajian mempunyai dua objektif iaitu mengkaji perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah dan mengetahui isu dalam penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Hasil kajian menunjukkan perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta isu dalam penggunaan kedua-dua ruang tersebut yang dijawab oleh responden dari kompleks beli-belah Aeon cawangan Taman Maluri, AU2 Setiawangsa dan Shah Alam.

(a) Perbincangan Objektif 1 : Mengkaji perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Penyelidik mendapati bahawa penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kesemua kompleks beli-belah adalah berbeza-beza. Ruang bawah tanah kompleks beli-belah kebanyakannya digunakan sebagai ruang tempat letak kereta, ruang sistem pembentungan, ruang sistem penjana elektrik malah terdapat juga kompleks beli-belah yang menjadikan ruang bawah tanah sebagai ruang niaga. Ruang tingkat atas pula dijadikan ruang niaga dan ruang khusus bagi penggunaan kakitangan kompleks beli-belah. Hasil kajian objektif pertama juga mendapati antara kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah adalah mengambil kira kos operasi seperti elektrik, air, perkhidmatan keselamatan dan kebersihan, mengambil kira jumlah purata bilangan penduduk sekeliling, bilangan rutin penyelenggaraan, jumlah kenderaan keluar masuk, mengambil kira kategori produk atau servis dan perkhidmatan tertentu melalui semakan rekod pelanggan dan data jualan, berdasarkan kedudukan pintu masuk, jumlah pelanggan keluar masuk, corak pembelian pelanggan serta faktor kekosongan ruang. Justeru, bilangan tingkat di ruang bawah tanah dan ruang tingkat serta bilangan ruang niaga yang disediakan di kompleks beli-belah juga berbeza-beza. Penyelidik mendapati bahawa bilangan ruang niaga yang disediakan dipengaruhi oleh bilangan tingkat yang terdapat di sesebuah kompleks beli-belah.

(b) Perbincangan Objektif 2 : Mengetahui isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah

Berdasarkan hasil dapatan kajian bagi objektif kedua, beberapa isu dalam penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah dapat dikenal pasti. Antaranya ialah, peningkatan jumlah kompleks beli-belah sekitar Kuala Lumpur mewujudkan persaingan sengit antara kompleks beli-belah, situasi pandemik Covid-19, kekurangan ruang tempat letak kereta di ruang bawah tanah dan persaingan dengan perniagaan atas talian. Kesan daripada isu-isu berkenaan juga dapat dikenal pasti iaitu, penggunaan ruang tidak konsisten kerana terdapat segelintir penyewa premis terutamanya peniaga tempatan berpindah ke premis perniagaan yang menawarkan jumlah sewa lebih rendah, waktu operasi perniagaan semasa situasi pandemik Covid-19 terpaksa ditamatkan lebih awal, keperluan tempat letak kereta tidak dapat dipenuhi, memberi kesan negatif terhadap pendapatan syarikat dan pelabur kerana melibatkan kos-kos operasi seperti elektrik, air, pembentungan serta kos penyelenggaraan serta menggugat syarikat dan para pelabur untuk mengekalkan keuntungan.

5.2 Cadangan Kajian Lanjutan

Penyelidik mencadangkan kajian ini dikaji lebih meluas lagi dengan melibatkan lebih banyak kompleks beli-belah terkemuka seperti Suria KLCC, Pavillion KL dan Sogo. Skop kajian ini juga boleh diperluas ke seluruh Malaysia dan tidak terhad di negeri Selangor dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur sahaja. Penyelidik juga berharap kajian akan datang dapat dijalankan secara bersemuka dengan responden untuk mendapatkan lebih banyak maklumat bagi membantu proses penyediaan penyelidikan. Berikut adalah cadangan kajian akan datang;

- (i) Kajian terhadap penyelesaian dalam mengatasi isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.

- (ii) Kajian mengenai kepentingan kriteria penetapan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.
- (iii) Kajian terhadap pengurusan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.

5.3 Limitasi Kajian

Terdapat beberapa limitasi semasa penyelidikan dijalankan kerana kajian yang dijalankan sudah semestinya tidak lari daripada menghadapi masalah sepanjang tempoh penyediaan penyelidikan. Namun, setiap limitasi yang dihadapi dapat diatasi dan ditangani dalam menghasilkan satu bentuk penyelidikan yang baik dan berkualiti. Sesi temubual bagi membantu penyelidikan ini hanya dapat dijalankan secara atas talian iaitu melalui aplikasi Zoom Meeting dan berhubung melalui telefon. Selain itu, bilangan responden yang diperoleh adalah seramai tiga orang sahaja kerana kebanyakan pengurus kompleks beli-belah yang dihubungi menolak untuk ditemu bual kerana kekangan masa dan atas faktor pandemik Covid-19.

Oleh yang demikian, penyelidik mengambil keputusan dan akhirnya berjaya menemubual seramai tiga (3) orang responden yang terdiri daripada pengurus operasi kompleks beli-belah Aeon Taman Maluri, pengurus harta tanah kompleks beli-belah Aeon AU2 Setiawangsa dan pembantu pengurus operasi kompleks beli-belah Aeon Shah Alam secara atas talian dan melalui panggilan telefon. Kesemua responden bertugas di kompleks beli-belah Aeon sekitar kawasan Kuala Lumpur dan Selangor.

Penyelidik menasaskan lebih ramai responden untuk ditemubual bagi mencapai objektif kajian, tetapi hanya tiga (3) orang sahaja yang dapat memberikan maklum balas untuk ditemubual melalui panggilan telefon dan aplikasi Zoom Meeting. Tambahan pula, sepanjang pengumpulan data dijalankan, penyelidik tidak dapat merentas daerah untuk melaksanakan temubual secara bersemuka kerana kekangan akibat Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dan kemudiannya lanjutan Perintah Kawalan Pergerakan Bersepadu (PKPB) dilaksanakan di seluruh Kuala Lumpur dan Selangor. Selain itu, penyelidik juga menghadapi kesukaran untuk mendapatkan keseluruhan pelan lantai kompleks beli-belah kerana pelan lantai yang terdapat di laman web rasmi kompleks beli-belah Aeon adalah terhad kepada sesetengah tingkat dan cawangan sahaja.

5.4 Kesimpulan

Secara kesimpulannya, kajian ini berjaya mengkaji perbezaan penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah. Dapatan kajian ini dapat membantu pengurus harta kompleks beli-belah meningkatkan kualiti perkhidmatan dan bertindak secara realistik dalam berdepan cabaran sebagai seorang pengurus harta kompleks beli-belah, memberi kesedaran kepada para pelabur harta tanah untuk menitikberatkan aspek penggunaan setiap ruang yang mempengaruhi kadar keuntungan perniagaan serta memberi pengetahuan dan pembelajaran untuk difahami dan dihayati oleh masyarakat tentang penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah.

Justeru, kajian ini juga dapat mengetahui isu penggunaan ruang bawah tanah dan ruang tingkat atas kompleks beli-belah serta kesan-kesannya. Perkara tersebut amatlah penting bagi setiap pengurusan kompleks beli-belah untuk mengambil langkah awal iaitu dengan mengenal pasti secara teliti isu yang berbangkit sebelum membentuk dan merangka strategi pembangunan kompleks beli-belah.

Rujukan

- 100 Resilient Cities (2018). What is urban resilience? Dicapai pada Mei 12, 2020, dari <https://100resilientcities.org/resources/>.
- Admiraal, H., & Cornaro, A. (2019). Future cities, resilient cities – The role of underground space in achieving urban resilience. *Underground Space*, xxx, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.undsp.2019.02.001>
- Aktaş, G. G. (2012). Interior Space Organizations of Shopping Centers that Forms with Public Social and Cultural Changes. *International Journal of Energy and Environment*, 6(2), 284–291.
- Besner, J. (2017). Cities Think Underground - Underground Space (also) for People. *Procedia Engineering*, 209, 49–55. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.11.129>
- Broere, W. (2016). Urban underground space: Solving the problems of today's cities. *Tunnelling and Underground Space Technology*, 55, 245–248. <https://doi.org/10.1016/j.tust.2015.11.012>

- Chua, Y. P. (2016). *Mastering Research Methods 2nd Edition*. McGraw-Hill Education.
- Dal Negro, E., Boscaro, A., Laham, D., (2012). Successful TBM operations in urban environment: the “Arroyo Maldonado” project in Buenos Aires. In: *Proceedings of the ITA-AITES World Tunnel Congress 2012 – Tunnelling and Underground Space for a Global Society*.
- Dawson, C. (2002). *Practical research methods*. Parkwest Publications.
- Farah bt Zaini., Khadijah bt Husin., Arfaliza bt Arrifin., & Nurlaila bt Ali. (2000). The Future Use of Underground Space in Malaysia: A Literature Review. *Europe*, 3(31), 0.
- Farah bt Zaini et al. (2015) The Principle Of Depth For Underground Land Development: A Review. *Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering)* 75:10 (2015) 71–7.8
- Farah bt Zaini., Khadijah bt Hussin., & Maryanti bt Mohd Raid. (2017). Legal considerations for urban underground space development in Malaysia. *Underground Space (China)*, 2(4), 234–245. <https://doi.org/10.1016/j.undsp.2017.11.001>
- ESRI. (2009). Space Utilization Optimization. *An Esri White Paper*, 1(June), 1–16.
- Godard, J. P., & Vice-president, P. (2014). Urban Underground Space. 2003(May 2004), 22–27
- Goel, R. K., Singh, B., & Zhao, J. (2012). *Underground infrastructures: Planning, design and construction*. USA: Butterworth-Heinemann.
- Grün, R., Kinsley, L., Ayalon, A., & Bar-matthews, M. (2018). outside Africa. *Science*, 359(January), 456–459.
- Hoshmand, L. T. (1999). Locating the Qualitative. *Using qualitative methods in psychology*, 15.
- Ihfasuziella bt Ibrahim., Abdul Talib Bon., Abdul Hadi Nawawi., & Edie Ezwan Mohd Safian. (2019). Categorization of shopping centres in Malaysia: A criteria-based delphi study. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2019(MAR), 3473–3482.
- Iisgalilei (2014). The draining of the Fucino lake. Dicapai dari <http://iisgalilei.altervista.org/draining-fucin-lake/>.
- Klang Valley., Kuala Lumpur., East Malaysian., Kota Kinabalu., Federal Territory., Prix Sale., Sale Carnival., & Extended Shopping Zones. (2015). *Malaysia’s shopping landscape with main and new shopping precincts*. February, 1–3.
- Krakowiak, B. (2015). Museums in Cultural Tourism in Poland. *Turyzm*, 23(2), 23–32. <https://doi.org/10.2478/tour-2013-0008>
- Lexico *powered by Oxford* (2020). What is shopping mall? Dicapai pada Mei 21, 2020, dari <https://www.lexico.com/en/definition/mall>.
- L. von der Tann., Sterling, R., Zhou, Y., & Metje, N. (2019). Systems approaches to urban underground space planning and management – A review. *Underground Space*, xxx. <https://doi.org/10.1016/j.undsp.2019.03.003>
- Mackowski, D., Bai, Y., & Ouyang, Y. (2015). Parking Space Management via Dynamic Performance-based Pricing. *Transportation Research Procedia*, 7(August), 170–191. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2015.06.010>
- Marilyn Palmer, Michael Nevell & Mark Sissons (2012). *Industrial Archeology: A Handbook*.
- Mashable, Inc. (2014) *Underground Cities: The Next Frontier Might Be Underneath Your Feet*. Dicapai pada April 26, 2020, dari <http://mashable.com/2014/02/21/underground-cities/>
- Penilai, A., & Harta, D. A. N. E. (2009). *Undang-undang malaysia*.
- Penilaian, J., & Perkhidmatan, D. (2018). *Pengenalan penilaian tanah bawah tanah*.
- Report, I. T. A. (2012). *Report on Underground Solutions For Urban Problems ITA Working Group Urban Problems - Underground Solutions*.
- Shopping Center. (n.d.). Dicapai pada December 22, 2020, dari <https://www.aeonmallmalaysia.com/taman-maluri/>
- Stones, P., & Heng, T. Y. (2016). Underground Space Development Key Planning Factors. *Procedia Engineering*, 165, 343–354. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.11.709>
- UCE Birmingham. (2006). Space utilisation : practice, performance and guidelines. *UK Higher Education Space Management Project*, 1(38), 30.
- Wen Wang., & Hong Long Ji. (2015). Epithelial sodium and chloride channels and asthma. *Chinese Medical Journal*, 128(16), 2242–2249. <https://doi.org/10.4103/0366-6999.162494>
- Zhang, C., Chen, Z., & Yang, X. (2011). The study about the integrated planning theory of surface and underground urban space. *Procedia Engineering*, 21, 16–23. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.11.1982>