

FIRST EDITION



**Beyond Lectures:
Insights from Business Disciplines-
*(Cultivating Writing Culture in Marketing,
Management, Finance & Economics)***

FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT

Beyond Lectures:
Insights from Business Discipline-
(Cultivating Writing Culture in Marketing,
Management, Finance & Economics)

Editor

Dr Nor Azairiah Fatimah Othman



الجامعة
UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Johor
Kampus Segamat

First Edition 2025

© Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Johor Publications
Universiti Teknologi MARA
Johor Branch
Malaysia

All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means – electronic, photocopying, recording, or otherwise – without prior written permission from the publisher.

National Library of Malaysia

Cataloguing-in-Publication Data

Beyond Lectures: Insights from Business Disciplines

(Cultivating Writing Culture in Management, Marketing, Finance & Economics)

ISBN: 978-629-7647-04-3

Patron:

Assoc. Prof. Dr. Saunah Zainon
(Performing the Function of Rector, UiTM Johor Branch)

Advisors:

Assoc. Prof. Dr. Raja Adzrin binti Raja Ahmad
(Deputy Rector, Academic Affairs, UiTM Johor Branch)

Dr. Nor Hazila Ismail

(Head, Faculty of Business and Management, UiTM Johor Branch)

Chief Editors & Reviewers:

Dr. Nor Azairiah Fatimah Othman, Dr. Azila Jaini, Dr. Juliana Abdul Kadir, Dr. Tan Yan Ling, Dr. Dalila Abu Bakar, Dr. Zarith Sofia Jasmi, Dr. Suhaidi Elias, Yuslizawati Mohd Yusoff, Rudza Hanim Mohamed Anuar, Syaidatul Zarina Mat Din, Nazihah Omar, Tay Bee Hoong, Zanariah Abdul Rahman

Published by:

Universiti Teknologi MARA Johor Branch
Faculty of Business and Management
Research and Publication Unit,
Jalan Universiti, Off KM12 Jalan Muar,
85000 Segamat, Johor, Malaysia
Tel: (60)079352000
Fax: (60) 079352277

<http://johor.uitm.edu.my>

Printed in Malaysia

PREFACE

It is with great pleasure that we present *Beyond Lectures: Insights from Business Disciplines* (Cultivating Writing Culture in Management, Marketing, Finance & Economics), a collective effort of academicians from Faculty of Business and Management, UiTM Johor Branch, who are deeply passionate about advancing knowledge and sharing insights in their respective fields.

This book aims for cultivating a writing culture among academics while providing a platform for sharing research, reflections, and practical perspectives. Each chapter represents the unique expertise and experiences of the contributors, offering readers valuable insights into contemporary issues in management, marketing, finance, and economics.

The process of compiling and editing this book has been both challenging and rewarding. It has brought together diverse voices and ideas, which we hope will inspire readers to further explore, discuss, and apply these concepts in their own professional and academic contexts.

On behalf of the editorial team, I would like to express my sincere gratitude to all contributors for their dedication and commitment to this project. Special thanks are also extended to the reviewers, advisors, and the Faculty of Business and Management, UiTM Johor Branch, for their continuous support and encouragement throughout this publication journey.

We hope this book will serve as a valuable resource for students, academics, and practitioners alike, and that it will stimulate further interest and research in the dynamic field of business studies.

DR. NOR AZAIRIAH FATIMAH OTHMAN

Chief Editor

Research and Publication Unit

Faculty of Business and Management

UiTM Johor Branch

2025

FOREWORD

It is an honor for me to write the foreword for *Beyond Lectures: Insights from Business Disciplines (Cultivating Writing Culture in Management, Marketing, Finance & Economics)*. This book is a testament to the dedication and collaborative spirit of our academic community at the Faculty of Business and Management, UiTM Johor Branch.

The chapters compiled in this volume reflect the diverse expertise of our lecturers, covering important themes in management, marketing, finance, and economics. This effort not only enriches the body of knowledge in these disciplines but also nurtures a strong writing culture among our academics, which is crucial in fostering critical thinking and scholarly contribution.

I congratulate the editorial team for their commitment and perseverance in bringing this project to fruition. Their efforts have resulted in a book that will undoubtedly serve as a valuable reference for students, lecturers, and industry practitioners.

It is my hope that this publication will inspire more academics to share their work, contribute to intellectual discourse, and strengthen the connection between theory and practice.

Congratulations to everyone involved in making this book a reality.

DR. NOR HAZILA ISMAIL

Head of School
Faculty of Business and Management
UiTM Cawangan Johor
2025

TABLE OF CONTENTS

PREFACE

FOREWORD

CHAPTER 1: ECONOMIC & SOCIAL LANDSCAPE

1	Bayaran Pencen KWSP Selari dengan Status Negara Menua	<i>Diana' binti Mazan, Dr Tan Yan Ling, Aidarohani binti Samsudin & Dr Fatin Farazh binti Yaacob</i>	1-2
2	Ekonomi Hijau: Peluang Baharu Malaysia	<i>Rosmah bt Abd Ghani@Ismail, Norfariza Mohd Ali, Siti Nordiyana Isahak & Dr Nur Fatimah Shaari</i>	3-5
3	The Power of Consumers in Controlling the Price of Goods: An Analysis from the Perspective of Consumer Sovereignty and Modern Market Mechanisms	<i>Bazri bin Abu Bakar, Mohd Azim bin Sardan, Dr Juliana Mohamed Abdul Kadir & Azman Ali</i>	6-7
4	Kesan Beban Kerja yang Ekstrem ke atas Produktiviti, Kewangan serta Institusi Kekeluargaan	<i>Dr Basaruddin Shah Basri, Rabiatul Alawiyah Zainal Abidin, Dr Suhaidi Elias & Kamal Fahrulrazy Rahim</i>	8-10
5	Dunia Pekerja Bebas	<i>Muharratul Sharifah binti Shaik Alaudeen & Roha binti Mohamed Noah</i>	11-12

CHAPTER2: FINANCIAL LITERACY & BEHAVIOR

6	Pengaruh Literasi Kewangan dan Kawalan Diri terhadap Pembelian Impulsif serta Kesejahteraan Kewangan Generasi Z	<i>Husnizam Hosin & Rudza Hanim Mohamed Anuar</i>	13-15
7	Menabung Seawal Usia Kanak-kanak Mampu Membentuk Disiplin Kewangan	<i>Yuslizawati binti Mohd Yusoff & Khairunnisa binti Rahman</i>	16-19
8	Peranan Organisasi Pembelajaran dalam Membentuk Tingkah Laku Inovatif	<i>Khairunnisa binti Rahman, Yuslizawati binti Mohd Yusoff, Nazihah binti Omar & Rudza Hanim binti Mohamed Anuar</i>	20-22
9	Beyond IQ: The Role of Emotional Intelligence and Spiritual Intelligence in Daily Life	<i>Zanariah Abdul Rahman, Syaidatul Zarina Mat Din & Dr Akmal Aini Othman</i>	23-25
10	Pempengaruh Mikro vs Makro: Siapa Lebih Memberi Impak?	<i>Sharmin bin Baba & Noor Insyirah binti Mohsin</i>	26-27
11	Generasi Z dalam Konteks Dunia Moden	<i>Zuraidah Sipon, Dr Muhammad Majid & Dr Norshahniza Sahari</i>	28-30

CHAPTER 3: INVESTMENT & FINANCIAL FUTURE

12	Pemilikan Harta Dalam Konteks Perancangan Kewangan Islam	<i>Ferri Nasrul & Nazihah Omar</i>	31-32
13	Fostering ESG Investing Among Malaysian Gen Z	<i>Ruziah A. Latif, Nurul Haida Johan & Zaibedah Zaharum</i>	33-35
14	Emas Sebagai Pilihan Bijak Pelabur	<i>Nurul Haida Johan, Ruziah A. Latif & Zaibedah Zaharum</i>	36-38
15	Simbiosis Baru dalam Pelaburan: Peranan AI dalam Analisa Teknikal	<i>Shashazrina binti Roslan & Dr Mazida Ismail</i>	39-40
16	Faktor yang Mempengaruhi Kesiapsiagaan Kewangan Individu dalam Perancangan Persaraan	<i>Husnizam Hosin & Rohanizan Md Lazan</i>	41-42

CHAPTER 4: POLICY, RISK & STRATEGY

17	Strategi Penetapan Harga dari Perspektif Ekonomi Islam	<i>Shahrinizam Mansor & Dr Nor Azairiah Fatimah Othman</i>	43-44
18	Risk Management and Policy Imperatives: Regulating Buy Now, Pay Later (BNPL) in Malaysia	<i>Oswald Timothy Edward & Suzana Hassan</i>	45-48
19	Insurance and ESG: Trends, Challenges and Future Strategies	<i>Oswald Timothy Edward & Masitah Omar</i>	49-51
20	Bank Digital di Malaysia: Era Baru Kewangan Digital	<i>Norhasniza binti Mohd Hasan & Tay Bee Hoong</i>	52-53
21	Does a Lower Rate of Employment Indicate a Good Economic Condition?	<i>Dr Mazida Ismail & Shashazrina Roslan</i>	54-55
22	ESG Integration in Oil & Gas Industry: A Case Study of Petronas Gas Berhad	<i>Dr Norashikin Ismail, Norhailiza Amir Hamzah, Mohamad Azwan Md Isa & Sharazad Haris</i>	56-58

CHAPTER 5: COMMUNITY SERVICE & KNOWLEDGE SHARING

23	Kewangan Islam Bersama Sek Men Sains Segamat	<i>Dr Maizura Md Isa, Dr Nor Hazila Ismail, Dr Norashikin Ismail & Mohd Khairul Ariff Noh</i>	59-60
24	Pelaburan Pemandangan Malam Kemerdekaan Hotel Sekitar KLCC	<i>Rabiatul Alawiyah Zainal Abidin, Dr Basaruddin Shah Basri, Kamal Fahrulrazy Rahim & Norhadaliza Abdul Rahman</i>	61
25	Perkongsian Akademik Projek SULAM MKT571: Ke Arah Penguasaan Pemasaran Kandungan Digital, Media Sosial dan Pemasaran Mudah Alih	<i>Muruga Chinniah, Dr Nor Hazila Ismail & Dr Mazida Ismail</i>	62-64
26	Operational Excellence 2025: Cultivating a Culture of Continuous Improvement	<i>Zanariah Abdul Rahman, Syaidatul Zarina Mat Din, Dr Akmal Aini Othman & Dr Suhaidi Elias</i>	65-67
27	Resepi Kejayaan 100Plus Melalui Strategi Pemasaran	<i>Dr. Norshahniza Binti Sahari, Dr. Noreen Noor binti Abd Aziz & Norlina Binti M.Ali</i>	68-69

GENERASI Z DALAM KONTEKS DUNIA MODEN

Zuraidah Sipon, Dr Muhammad Majid & Dr Norshahniza Sahari

Pengenalan

Generasi Z (Gen Z), yang umumnya lahir antara tahun 1997 dan 2012, merupakan generasi pertama yang dibesarkan dalam persekitaran digital sepenuhnya, menjadikan mereka benar-benar digital *natives* (Benítez-Márquez et al. 2022). Mereka dikenali sebagai “digital natives” kerana sejak kecil terdedah kepada teknologi, internet, dan media sosial (Prensky, 2001). Individu dalam kumpulan ini kini berada dalam peringkat remaja atau dewasa muda dan memainkan peranan penting dalam kehidupan pendidikan, ekonomi, dan sosial. Perbincangan ini bertujuan membedah ciri-ciri utama, kekuatan dan kelemahan mereka.

Ciri-ciri Utama Generasi Z

Celik teknologi dan global minded – Gen Z cenderung bergantung pada media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube bukan sekadar hiburan tetapi juga sebagai sumber ilmu, berita, dan peluang bisnes. Gen Z lebih bergantung kepada teknologi untuk pembelajaran, komunikasi, dan hiburan (Turner, 2015). Menurut Benítez-Márquez et al. (2022), Gen Z digambarkan sebagai generasi yang tidak pernah mengalami dunia tanpa internet, menjadikan teknologi sebagai asas kehidupan mereka.

Visual, pantas dan multitasking – Disebabkan terdedah kepada maklumat segera, mereka suka perkara yang cepat, ringkas, dan visual. Kandungan panjang atau formal kurang menarik perhatian mereka. Mereka lebih suka maklumat ringkas, visual, dan segera berbanding teks panjang (Dimock, 2019).

Praktikal dan realistik – Tidak seperti Millennials yang lebih idealistik, Gen Z lebih berhati-hati, suka merancang kewangan, dan mengambil kira risiko sebelum membuat Keputusan (Francis & Hoefel, 2018).

Kesedaran sosial dan inklusif – Gen Z lebih prihatin terhadap isu keadilan sosial, kepelbagaian budaya, dan kelestarian (Seemiller & Grace, 2019). Schwarze et al. (2025) menambah bahawa sifat inklusif mereka menjadikan mereka pemimpin perubahan sosial dengan kepekaan terhadap isu global seperti hak asasi, politik dan alam sekitar.

Kekuatan Generasi Z

Kemahiran teknologi tinggi – Mereka sangat cekap menggunakan pelbagai platform digital. Hal ini memberi kelebihan dalam pekerjaan berasaskan data, pemasaran digital, automasi, dan kreativiti konten. Mereka cepat menyesuaikan diri dengan platform digital baharu, menjadikan mereka aset dalam industri digital (Prensky, 2001). Chan & Lee (2023) menambah bahawa Gen Z memanfaatkan teknologi digital untuk hasil kreatif, seperti mencipta kandungan visual, muzik, dan platform media sosial untuk menyampaikan pandangan dan memupuk komuniti maya. Kecekapan mereka dalam teknologi ini adalah aset penting dalam era Revolusi Industri 4.0

Kreatif dan inovatif – Gen Z tidak sekadar pengguna, malah pencipta kandungan. Mereka berusaha menghasilkan idea baharu dalam seni, rekaan, pemasaran, dan perniagaan melalui platform digital. Ramai Gen Z terlibat dalam penciptaan kandungan digital seperti YouTube, TikTok, dan e-dagang (Francis & Hoefel, 2018).

Fleksibel dan cepat belajar – Gen Z mudah menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi, budaya kerja fleksibel (hybrid/remote), dan konsep gig economy. Mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan dunia pekerjaan yang dinamik (Schroth, 2019).

Keusahawanan – Ramai Gen Z yang sudah mula berniaga di usia muda melalui media sosial atau e-dagang. Sikap ini melatih mereka berdikari dan berorientasikan pencapaian. Lebih ramai Gen Z cenderung menjadi usahawan melalui bisnes online dan gig economy (Seemiller & Grace, 2019).

Kesedaran sosial – Mereka lebih prihatin kepada isu alam sekitar, hak asasi, dan tanggungjawab sosial. Generasi ini cenderung menyokong organisasi yang mempunyai nilai

etika. Mereka lebih kritikal terhadap isu alam sekitar, hak asasi dan tanggungjawab sosial (Turner, 2015). Menurut Schwarze et al. (2025), Gen Z dikenali sebagai generasi yang terbuka terhadap kepelbagaian, seperti menghargai keadilan sosial, kesetaraan jantina, dan kelestarian alam sekitar.

Kelemahan Generasi Z

Tumpuan singkat – Disebabkan maklumat segera, mereka mudah hilang fokus terhadap tugas yang memerlukan ketekunan jangka panjang (Dimock, 2019).

Ketergantungan teknologi – Kebergantungan tinggi pada gajet dan internet boleh melemahkan kemahiran interpersonal bersemuka, serta menjejaskan kreativiti jika hanya bergantung pada teknologi. Kerap bergantung kepada gajet sehingga menjejaskan interaksi bersemuka (Turner, 2015). Ketergantungan kepada gajet turut membatasi fokus dan kreativiti mereka. Menurut pengarang Business Insider, Jonathan Haidt, kebergantungan kepada skrin telah mengurangkan kemampuan refleksi dan kreativiti tradisional mereka.

Mudah tertekan dan isu kesihatan mental – Gen Z terdedah kepada tekanan akademik, beban kerja, serta perbandingan sosial di media sosial yang boleh menjejaskan kesejahteraan emosi. Kajian mendapati Gen Z lebih cenderung mengalami kebimbangan dan kemurungan berbanding generasi sebelumnya (Twenge, 2017). Isu mental juga jelas, di mana kadar tekanan, keresahan (anxiety), kemurungan, dan gangguan tidur berada pada tahap tinggi dalam kalangan Gen Z. Menurut Tapper (2024), terdapat bukti peningkatan gangguan mood dan keresahan melebihi generasi terdahulu.

Kurang kesetiaan jangka panjang – Dalam kerjaya, Gen Z cenderung menukar pekerjaan lebih kerap jika tidak berpuas hati dengan suasana kerja, gaji, atau peluang perkembangan diri. Gen Z lebih cenderung menukar kerja jika tidak puas hati dengan persekitaran (Schroth, 2019). Sementara itu, Benítez-Márquez et al. (2022) mendapati bahawa Gen Z juga kurang kesabaran dalam menghadapi proses jangka panjang dan kurang setia kepada jenama atau institusi tertentu.

Keinginan pengiktirafan segera – Gen Z mahukan maklum balas segera (instant feedback). Dalam konteks kerja, mereka mungkin kurang sabar menunggu kenaikan pangkat atau hasil projek jangka panjang. Gen Z lebih suka maklum balas pantas daripada majikan atau rakan sebaya (Seemiller & Grace, 2019).

Kurang kemahiran tradisional – Gen Z kurang kemahiran tradisional seperti penulisan rasmi, komunikasi formal, dan pengurusan emosi yang masih penting dalam dunia profesional (Francis & Hoefel, 2018).

Gen Z berbeza-beza - Walaupun mahir secara digital, hakikat bahawa mereka digelar digital natives tidak semestinya bermaksud mereka adalah pakar teknologi. Sesetengah kajian menunjukkan digital literacy dalam kalangan Gen Z adalah berbeza-beza, dan stereotaip tentang kecekapan digital mereka sering dipertikaikan (Reid et al., 2023; Janschitz & Penker, 2022).

Implikasi

Pendidikan: Guru dan pensyarah perlu menggunakan pendekatan pembelajaran interaktif, digital, dan berasaskan projek untuk menarik minat Gen Z. Institusi perlu menggunakan pendekatan pembelajaran interaktif, berasaskan teknologi, dan projek kolaboratif untuk mengekalkan minat Gen Z (Seemiller & Grace, 2019). Dalam konteks pendidikan tinggi, penyelidikan mendapati Gen Z menunjukkan karakteristik pembelajaran yang unik dan adaptif terhadap teknologi digital dalam proses pendidikan (Alruthaya et al., 2021).

Pekerjaan: Majikan perlu mewujudkan suasana kerja fleksibel, memberi maklum balas pantas, peluang pembelajaran berterusan, serta menekankan nilai sosial dan kelestarian untuk menarik serta mengekalkan Gen Z. Majikan harus menawarkan persekitaran kerja fleksibel, maklum balas pantas, peluang pembelajaran berterusan, serta nilai etika yang jelas (Schroth, 2019).

Kehidupan sosial: Gen Z mampu menjadi agen perubahan sosial kerana kepekaan mereka terhadap isu keadilan, kesaksamaan dan kelestarian. Namun, keseimbangan antara dunia digital dan realiti perlu dijaga agar tidak menjejaskan hubungan interpersonal. Gen Z

berpotensi menjadi agen perubahan sosial kerana kepekaan mereka terhadap isu keadilan dan kelestarian, namun perlu menyeimbangkan penggunaan teknologi dengan hubungan interpersonal (Twenge, 2017).

Kesimpulan

Gen Z adalah generasi yang unik, celik digital, kreatif, progresif, tetapi juga berhadapan tekanan mental yang serius dan cabaran global yang tidak pernah dialami generasi terdahulu. Mereka memiliki potensi besar untuk memimpin inovasi dan perubahan sosial. Namun untuk mencapai itu, perlu wujud sinergi antara pendidikan, sokongan mental, dan dunia kerja yang inklusif serta adaptif. Dunia bukan hanya perlu menerima mereka, tetapi juga bertransformasi untuk memanfaatkan potensi luar biasa yang mereka tawarkan.

Rujukan

