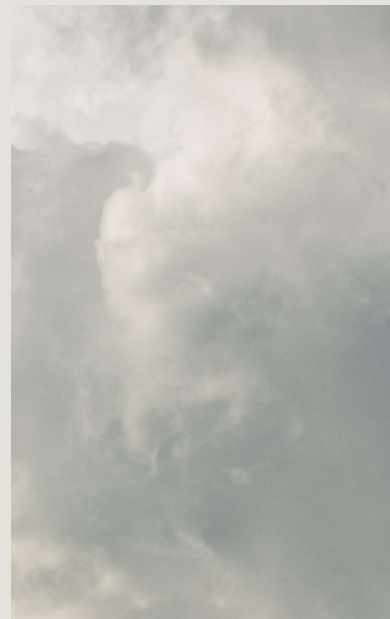


FIRST EDITION



**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



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, Yuzlizawati 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

STRATEGI PENETAPAN HARGA DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Shahrinizam Manshor@Mansor & Dr. Nor Azairiah Fatimah Othman

Pengenalan

Kos sara hidup yang tinggi untuk memenuhi keperluan asas seperti makanan dan minuman, pakaian, tempat tinggal, pendidikan dan pengangkutan telah mengakibatkan tekanan berpanjangan dalam kehidupan harian rakyat. Makanan dan minuman menunjukkan perbelanjaan tertinggi berbanding kategori lain dengan purata isi rumah Malaysia membelanjakan RM841 (16.3%) sebulan pada 2022 (Vethasalam, 2025). Keadaan ini memberi kesan yang ketara terutama kepada golongan berpendapatan rendah dan sederhana, yang terpaksa memperuntukkan sebahagian besar pendapatan mereka untuk memenuhi keperluan asas. Pada masa yang sama, tidak semua kelompok pengguna mampu untuk berbelanja lebih khususnya di kalangan golongan berkeluarga kerana mereka perlu menanggung pelbagai kos barangan dan perkhidmatan bagi memenuhi keperluan seisi rumah. Sekiranya peningkatan kos sara hidup tidak seiring dengan peningkatan pendapatan, kuasa beli pengguna semakin terjejas dan mereka cenderung mengurangkan perbelanjaan terhadap barangan bukan keperluan. Keadaan ini bukan sahaja menjejaskan kualiti hidup, malah boleh menimbulkan kesan berantai terhadap ekonomi negara seperti pengurangan permintaan barangan dan perkhidmatan, seterusnya memberi impak kepada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Tambahan pula, tekanan kos sara hidup yang berpanjangan boleh membawa kepada isu psikososial seperti tekanan mental, ketidakstabilan emosi, dan konflik keluarga akibat kekangan kewangan. Dalam konteks ini, pengguna semakin berhati-hati membuat keputusan pembelian dengan memberi keutamaan kepada harga, nilai dan kualiti, serta cenderung mencari alternatif yang lebih murah termasuk pembelian secara pukal, pilihan jenama generik atau memanfaatkan promosi. Oleh itu, memahami kesan peningkatan kos sara hidup terhadap pola perbelanjaan pengguna adalah penting untuk merangka strategi intervensi yang lebih berkesan.

Pendapatan, Perbelanjaan dan Kuasa Membeli

Pada tahun ini, peningkatan pendapatan dijangka akan merancakkan perbelanjaan pengguna dan mengukuhkan kuasa beli rakyat (Alias, 2025). Menurut Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), perbelanjaan e-dagang rakyat untuk perbelanjaan dalam talian telah meningkat 15.4 peratus setahun (Hashim, 2025). Dengan sokongan perbelanjaan penggunaan dijangka meningkat dan siapsiaga infrastruktur dalam talian yang cekap, penetapan harga yang bersesuaian seiring dengan kuasa membeli akan meningkatkan permintaan domestik dan menjana ekonomi negara. Strategi penetapan harga memainkan peranan penting dalam menentukan nilai produk atau perkhidmatan dengan matlamat mengimbangi permintaan pengguna dan keuntungan perniagaan (Kotler & Keller, 2021). Strategi seperti penetapan harga tersegmentasi, dinamik, antarabangsa dan diskaun digunakan secara meluas untuk menyesuaikan harga berdasarkan lokasi, permintaan, kos dan persaingan (Simon, 2015; Smith, 2011).

Strategi penetapan harga menurut ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, strategi ini mesti dipandu oleh prinsip Syariah yang menekankan keadilan, ketelusan, dan persetujuan bersama. Penetapan harga yang adil melibatkan pemastian bahawa harga mencerminkan nilai sebenar tanpa eksploitasi atau manipulasi (Kusuma, 2019). Selain itu, amalan yang dilarang seperti gharar (ketidakpastian), riba (faedah), penimbunan (ihtikar), dan monopoli menjejaskan integriti pasaran serta kesejahteraan sosial (Noh et al., 2024; Rosyidi, 2020). Islam membenarkan kebebasan pasaran tetapi dengan tadbir urus etika yang mencegah penyalahgunaan kuasa pasaran (Mirakhor & Askari, n.d.). Prinsip persetujuan bersama dalam menetapkan harga pula

menekankan keperluan interaksi jujur dan tanpa paksaan antara pembeli dan penjual (Kusuma, 2019). Dalam situasi krisis, pendekatan berteraskan masalah (kesejahteraan awam) menggesa perniagaan menyesuaikan harga demi kepentingan masyarakat, bukan keuntungan peribadi (Dusuki & Abdullah, 2024). Pendekatan ini memastikan pasaran berfungsi secara seimbang dengan mengambil kira hak pengguna, kebajikan pengeluar, dan kestabilan ekonomi keseluruhan. Dengan cara ini, penetapan harga bukan sahaja menjadi mekanisme ekonomi, tetapi juga instrumen untuk mencapai keadilan sosial dan pembangunan mampan sejajar dengan maqasid al-Syariah.

Kesimpulan

Oleh kerana pendekatan harga berasaskan nilai seperti jaminan halal memberi peluang kepada perniagaan mengekalkan harga premium dengan meningkatkan kepercayaan pengguna Muslim dan bukan Muslim (Nestlé Milo Report, 2022), maka strategi penetapan harga dalam Islam bukan sekadar alat ekonomi, tetapi cerminan keadilan sosial, etika, dan kelestarian pasaran.

Rujukan

