

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, Rabiatal 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 Sapon, 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

PERKONGSIAN AKADEMIK PROJEK SULAM MKT571: KE ARAH PENGUASAAN PEMASARAN KANDUGAN DIGITAL, MEDIA SOSIAL DAN PEMASARAN MUDAH ALIH

Muruga Chinniah, Dr Nor Hazila Ismail & Dr Mazida Ismail

Pengenalan

Projek 3S: *Swipe, Share & Sell - The New Face of Marketing* merupakan inisiatif yang selari secara langsung dengan kehendak kursus akademik MKT571: *Digital Content, Social Media & Mobile Marketing*, yang ditawarkan kepada pelajar program Ijazah Sarjana Muda Pentadbiran Perniagaan (Kepujian) Pemasaran. Projek ini telah direka bentuk berdasarkan Hasil Pembelajaran Kursus/ *Course Learning Outcome* (CLO) 3, iaitu keupayaan pelajar untuk menganalisis dan melaksanakan strategi pemasaran digital melalui penggunaan platform media sosial dan teknologi mudah alih secara berkesan dalam konteks sebenar. Tujuan utama adalah untuk membimbing para peniaga IKS agar dapat memanfaatkan potensi platform digital dalam memasarkan produk dan perkhidmatan mereka secara lebih meluas, berkesan, dan profesional.

Melalui pelaksanaan projek bersama komuniti usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Labis, para pelajar dapat mengaplikasikan secara langsung teori-teori utama dalam subjek ini, termasuk penciptaan kandungan digital, pengiklanan media sosial, pengurusan akaun perniagaan atas talian, serta analisis prestasi kempen pemasaran. Pendekatan ini memberikan dimensi pembelajaran yang lebih praktikal, signifikan dan berasaskan pengalaman sebenar (*experiential learning*), berbanding hanya pembelajaran teori di dalam bilik kuliah.

Projek ini juga menepati prinsip *Service Learning Malaysia – University for Society (SULAM)*, dengan mengintegrasikan elemen akademik dan khidmat komuniti melalui penglibatan pelajar dalam proses perancangan, pelaksanaan, dan penilaian keberkesanan strategi pemasaran bersama usahawan tempatan. Di samping itu, pelajar turut memperoleh kemahiran insaniah seperti kepimpinan, komunikasi profesional, kerja berpasukan dan pemikiran kritikal yang penting bagi pembangunan holistik sebagai graduan yang berkualiti dan berdaya saing.

Secara keseluruhan, projek ini bukan sahaja menyokong pemahaman mendalam terhadap kandungan kursus, tetapi juga memperkukuh pelaksanaan kurikulum berimpak tinggi (HIEPs) dan memperluas jangkauan ilmu ke dalam komuniti luar bandar, selaras dengan aspirasi institusi dan Matlamat Pembangunan Mampan (SDG 8 & SDG 11).

Projek dan Pelajar

Pelaksanaan program 3S telah memberikan impak yang sangat bermakna kepada para pelajar daripada aspek akademik dan pembelajaran berasaskan pengalaman. Melalui program ini, pelajar berjaya memenuhi keperluan tugas SULAM dengan terlibat secara langsung dalam merancang, melaksanakan, dan menilai keberkesanan aktiviti bersama usahawan tempatan. Ini bukan sahaja menyumbang kepada pemarkahan akademik mereka, malah membentuk kefahaman yang lebih mendalam terhadap aplikasi teori pemasaran digital dalam dunia sebenar melalui proses yang tersusun dan praktikal.

Melalui projek ini, pelajar telah mengembangkan kemahiran komunikasi profesional, termasuk kebolehan untuk menjalankan sesi latihan bersama usahawan, memberi penerangan yang jelas serta menyampaikan idea secara berkesan kepada khalayak bukan akademik. Di samping itu, pelajar turut memperoleh kemahiran kerja berpasukan dan kepimpinan, dengan setiap kumpulan bertanggungjawab mengurus masa, peranan serta tugas secara kolaboratif demi memastikan kejayaan projek.

Dari sudut teknikal, pelajar telah menguasai kemahiran pembangunan kandungan digital, termasuk penggunaan alat penyuntingan visual, penghasilan video kreatif dan penulisan kapsyen yang relevan dengan strategi pemasaran. Mereka juga didedahkan kepada analisis

data pemasaran seperti pengukuran kadar capaian, interaksi dan keberkesanan kandungan yang dimuat naik ke media sosial.

Selain itu, pelajar turut memupuk nilai empati dan tanggungjawab sosial melalui interaksi secara langsung dengan komuniti usahawan IKS yang mempunyai latar belakang dan keperluan berbeza. Ini menyemai sifat prihatin dan kesedaran terhadap cabaran sebenar yang dihadapi masyarakat luar bandar dalam dunia perniagaan digital.

Secara keseluruhannya, projek ini telah melahirkan pelajar yang lebih berkeyakinan, versatil, serta bersedia untuk menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Impak pembelajaran yang diperoleh melangkaui pencapaian akademik semata-mata, malah membina jati diri pelajar sebagai graduan yang berkualiti tinggi, berintegriti dan mampu menyumbang kepada pembangunan komuniti serta agenda negara.

Projek dan Komuniti

Melalui projek ini, komuniti akan menerima latihan praktikal berkaitan strategi pemasaran digital seperti penciptaan kandungan kreatif, penggunaan algoritma media sosial, pengiklanan berbayar, pengurusan akaun perniagaan di pelbagai platform, serta teknik pemasaran mudah alih yang relevan. Projek ini turut merangkumi sesi bimbingan berterusan bagi memastikan peserta dapat mengaplikasikan kemahiran yang dipelajari secara strategik dalam perniagaan sebenar. Fokus utama adalah untuk membantu mereka membina jenama yang kukuh, meningkatkan kehadiran digital, dan menjana jualan yang lebih mampan.

Program ini telah memberi kesan positif yang ketara kepada komuniti usahawan IKS terlibat, khususnya dalam peningkatan kefahaman dan keyakinan terhadap penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Melalui analisis pre dan post-test, purata skor menunjukkan lonjakan besar dalam aspek pengetahuan, kemahiran dan kebolehan untuk menghasilkan kandungan serta mentafsir data prestasi. Ini membuktikan bahawa pendekatan hands-on yang digunakan sepanjang program amat berkesan dalam membantu IKS memahami dan mengaplikasikan ilmu pemasaran digital.

Bagi kebanyakan IKS, mereka menyatakan bahawa sebelum program ini dijalankan, mereka menghadapi pelbagai cabaran termasuk kekurangan idea kandungan, tidak tahu waktu sesuai untuk memuat naik, serta tidak mampu mentafsir metrik asas seperti *engagement* dan *reach*. Namun selepas melalui keempat-empat fasa, IKS seperti Sunrise Farm, Aminah Rahmat Agrofarm dan Taman Eko Rimba berjaya mencapai objektif SMART mereka, termasuk peningkatan followers, kadar interaksi serta strategi kandungan yang lebih tersusun dan berimpak tinggi.

Tambahan pula, dengan penghasilan modul *Scroll, Click, Boom! Kuasai Kuasa IG, Fb & Tiktok* yang dibangunkan oleh pensyarah dan pelajar, projek ini telah memberikan impak yang signifikan kepada komuniti. Modul tersebut telah membantu komuniti dalam memahami dan mengaplikasikan pengajaran secara berkesan sepanjang pelaksanaan projek, sejajar dengan objektif pembelajaran setiap fasa yang telah dirancang.

Akhir sekali, hubungan yang terjalin antara UiTM CJ, pelajar dan komuniti IKS turut menyumbang kepada pembangunan sosial setempat. IKS bukan sahaja menerima manfaat ilmu dan tunjuk ajar, tetapi juga mendapat pendedahan kepada strategi pemasaran yang lebih moden dan relevan dengan perkembangan semasa. Program ini secara tidak langsung mewujudkan kerjasama dua hala yang saling menguntungkan, sekali gus memperkasakan ekonomi komuniti tempatan melalui transformasi digital yang lebih mampan dan inklusif.

Kelestarian Projek

Projek 3S: *Swipe, Share & Sell – The New Face of Marketing* dirancang dengan strategi kemampanan jangka panjang yang holistik, melibatkan penyusunan sumber, kerjasama strategik, serta model pelaksanaan yang boleh dikembangkan ke peringkat lebih luas. Kejayaan pelaksanaan empat fasa projek ini telah membuktikan keberkesanannya dalam meningkatkan kapasiti digital usahawan IKS serta memberikan impak positif yang berterusan. Dari segi kesinambungan akademik, kursus MKT571- *Digital Content, Social Media & Mobile Marketing* akan terus dijadikan platform integrasi pembelajaran berimpak tinggi (High Impact Education Practice, HIEPs), di mana projek SULAM akan dijalankan secara berkala bersama

kohort pelajar baharu. Ini menjadikan projek bukan sahaja berimpak terhadap komuniti tetapi juga lestari dalam pengajaran dan pembelajaran.

Akhir sekali, potensi replikasi projek di kawasan luar bandar lain di negeri Johor dan seluruh Malaysia adalah tinggi, kerana pendekatan yang digunakan adalah fleksibel, berasaskan keperluan sebenar usahawan, serta mudah disesuaikan mengikut konteks setempat. Dengan kombinasi antara komitmen pelajar, sokongan pensyarah, dan hubungan strategik dengan komuniti serta agensi tempatan, projek ini diyakini mampu berkembang sebagai model SULAM mampan yang memberi manfaat jangka panjang kepada pelbagai pihak.



Gambar 1: Pelajar bersama pihak Industri Kecil Sederhana (IKS) dan En Rafi'uddin bin Abd Rahim, Penolong Pegawai Tadbir Majlis Daerah Labis (MDL)
(Sumber: Koleksi peribadi penulis)



Gambar 2: Barisan pelajar, pensyarah dan komuniti yang terlibat
(Sumber: Koleksi peribadi penulis)

Disclaimer: All information and views presented in this report are based on the author's own observations, experiences, and interpretations. No official data or references were used in this writing.