

PENGARUH TAHAP PENGESYORAN PRODUK BERDASARKAN KEPERLUAN PESERTA TAKAFUL TERHADAP GELAGAT ETIKA KERJA EJEN TAKAFUL MENURUT PERSPEKTIF PESERTA TAKAFUL

THE INFLUENCE OF NEED-BASED PRODUCT RECOMMENDATION LEVELS ON TAKAFUL AGENTS' WORK ETHICS BEHAVIOR FROM TAKAFUL PARTICIPANTS' PERSPECTIVE

**Nor Arini Abdullah¹
Shahir Akram Hassan²**

¹Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia
(E-mail: norariniabdullah.30@gmail.com)

²Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia
(Email: shahirakram@usm.my)

Article history

Received date : 17-10-2025

Revised date : 18-10-2025

Accepted date : 1-11-2025

Published date : 13-11-2025

To cite this document:

Abdullah, N. A., & Hassan, S. A. (2025). Pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (78), 550 – 561.

Abstrak: Ejen takaful bertanggungjawab dalam menawarkan produk perlindungan takaful yang bersesuaian dengan keperluan peserta takaful. Ejen takaful perlu mahir dalam menilai tahap keperluan peserta takaful berbanding kehendak ejen untuk meminta peserta takaful menyertai polisi takaful. Namun begitu, dalam menawarkan produk takaful, terdapat sesetengah ejen takaful yang mempunyai fokus utama untuk mendapatkan komisen yang tinggi dengan mengajak peserta takaful memilih produk takaful walaupun produk tersebut tidak sesuai dengan keperluan mereka. Hal ini telah mendorong berlakunya gelagat yang tidak beretika dalam kalangan ejen takaful. Oleh itu, timbul persoalan, apakah tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful? Bagaimanakah pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful? Bagi menjawab persoalan ini, kertas kerja ini mempunyai dua objektif. Pertama, mengenal pasti tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful; kedua, menganalisis pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Data dikumpul daripada kajian lapangan sebanyak 397 orang responden dan akan dianalisis dengan menggunakan kaedah kuantitatif iaitu statistik deskriptif dan statistik inferens. Hasil dapatan menunjukkan bahawa pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempunyai hubungan yang signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Kata kunci: Pengesyoran Produk, Peserta takaful, Gelagat, Etika Kerja, Ejen Takaful

Abstract: *Takaful agents are responsible for offering takaful protection products that align with participants' needs. However, in practice, some agents tend to prioritize high commissions by recommending products that do not suit participants' needs, leading to unethical behavior. This study aims to: (1) identify the level of need-based product recommendation among takaful participants, and (2) analyze the influence of need-based product recommendation levels on takaful agents' work ethics behavior from the participants' perspective. Data were collected through a field study of 397 respondents and analyzed using descriptive and inferential statistics. The results indicate that need-based product recommendation has a significant relationship with takaful agents' work ethics behavior. The implication is that need-based recommendation practices should be strengthened to ensure the integrity and credibility of the takaful industry.*

Keywords: *Product recommendation, takaful participants, work ethics behavior, takaful agents, customer needs*

Pengenalan

Dalam industri takaful, ejen takaful merupakan individu penting yang akan menghubungkan peserta takaful dengan syarikat takaful. Mereka dikenali sebagai pengantara yang menjalankan tugas-tugas bagi pihak syarikat takaful terutama dalam menyampaikan maklumat-maklumat berkaitan perkhidmatan takaful kepada peserta takaful. Tugas seorang ejen takaful adalah seperti mempromosikan pelan dan produk takaful, menasihati dan mengajak masyarakat untuk menyertai takaful (Asyrafuddin, 2024). Peserta takaful yang menyertai polisi takaful sangat bergantung kepada nasihat, bantuan, bimbingan dan sifat ejen takaful itu sendiri (Nurul Azahana, Mohd Adib, & Muhammad Nasri, 2022). Oleh itu, perlunya ejen takaful mengamalkan etika kerja yang baik sepanjang mereka berkomunikasi dan berurusan dengan pelanggan mereka. Pentingnya ejen takaful mengamalkan etika kerja yang baik adalah bagi memastikan bahawa ejen takaful tidak menyalahi etika ejen dengan melakukan penyampaian maklumat yang salah kepada peserta takaful.

Dalam Islam, etika dikatakan mempunyai hubungkait dengan tujuh istilah Arab (Al-Hasan, Faridahwati & Kamil, 2013). Pertama, *ma'ruf* (perbuatan baik), kedua, *khayr* (kebaikan), ketiga, *haqq* (kebenaran), keempat, *birr* (kebajikan/berbuat baik), kelima, *qist* (keadilan), keenam *'adl* (keseimbangan dan keadilan), dan ketujuh ialah *taqwa*. Surjanti dan Kristyanto (2020) pula menyatakan bahawa terdapat tiga konsep bekerja yang mengikut ciri-ciri etika kerja Islam. Pertama, bekerja ialah terjemahan daripada keimanan yang kuat dalam jiwa, kedua, bekerja berdasarkan ilmu dan ketiga ialah bekerja dengan mengamalkan sifat-sifat Allah SWT dan mentaati segala suruhanNya serta meninggalkan segala laranganNya. Selain itu, konsep etika kerja dalam Islam juga boleh dikatakan merangkumi persaingan, ketelusan dan tingkah laku seseorang yang bertanggungjawab secara moral (Ali & Al-Owaidan, 2008). Oleh itu, seseorang individu yang mengamalkan etika kerja yang baik akhirnya akan diperlihatkan melalui keperibadian, budi pekerti, sikap yang dapat meningkatkan keyakinan diri serta sentiasa menunjukkan perbuatan yang baik (Kirom, 2018).

Dalam konteks kajian ini, peserta takaful merupakan individu yang paling dipercayai dan diyakini untuk menilai gelagat etika kerja ejen takaful terutama semasa berurusan dengan ejen takaful seperti perkara yang berkaitan dengan tuntutan penyelesaian, caruman, penerangan berkaitan manfaat yang akan diperolehi daripada produk takaful dan proses mendaftar sebagai peserta takaful. Menurut Abdul Shukor (2020), peserta takaful meletakkan sepenuh

kepercayaan terhadap ejen takaful mereka dan daripada sinilah peserta takaful dapat menilai dan menjangka sama ada ejen takaful mereka mempunyai pengetahuan dan kefahaman berkaitan produk takaful. Oleh itu, ejen takaful perlu mengamalkan etika kerja yang baik seperti menjalankan tugas-tugas sebagai ejen takaful dengan benar dan tidak bertindak menyalahi etika ejen. Salah satu tanggungjawab ejen takaful terhadap peserta takaful adalah mempromosikan atau menawarkan produk takaful mengikut tahap keperluan peserta takaful itu sendiri. Ejen takaful perlu mahir dalam menilai tahap keperluan peserta takaful berbanding kehendak ejen untuk meminta peserta takaful menyertai polisi takaful. Namun begitu, dalam menawarkan produk takaful, terdapat sesetengah ejen takaful yang mempunyai fokus utama untuk mendapatkan komisen yang tinggi dengan mengajak peserta takaful memilih produk takaful walaupun produk tersebut tidak sesuai dengan keperluan mereka. Hal ini telah mendorong berlakunya gelagat yang tidak beretika dalam kalangan ejen takaful.

Oleh itu, timbul persoalan, apakah tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful? Bagaimanakah pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful? Bagi menjawab persoalan ini, kertas kerja ini mempunyai dua objektif. Pertama, mengenal pasti tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful. Kedua, menganalisis pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Metodologi Kajian

Kajian lapangan dijalankan untuk memperoleh data-data bagi menilai pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Sebanyak 397 orang responden yang telah menjadi sampel kajian bagi penyelidikan ini dan kesemuanya ialah peserta takaful. Data-data yang diperoleh kemudiannya di analisis dengan menggunakan kaedah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferens.

Pensampelan

Pensampelan yang akan digunakan dalam penyelidikan ini ialah teknik pensampelan bertujuan (*purposive sampling*). Pensampelan bertujuan dipilih kerana pemilihan sampel dalam kajian ini ialah bersifat khusus dan spesifik (Hussin, Ali & Noor, 2014). Selain itu, responden yang dipilih dalam kajian ini terdiri daripada peserta takaful dan yang beragama Islam sahaja.

Kesahan Instrumen Kajian

Bagi kesahan instrumen kajian, penyelidik telah menjalankan kesahan instrumen melalui dua peringkat. Pertama kesahan kandungan (*content validity*) dan kesahan muka (*face validity*). Penyelidik menjalankan kesahan kandungan melalui pembinaan item-item dalam set soalan selidik berdasarkan kajian-kajian lepas dan sorotan karya. Kesahan muka pula dijalankan dengan merujuk komen dan cadangan daripada pakar-pakar dalam bidang tertentu untuk tujuan pengesahan item-item dalam soalan selidik. Instrumen soalan selidik yang dibina oleh penyelidik telah pun mendapat pengesahan daripada pakar yang mempunyai kepakaran dalam bidang takaful dan statistik. Pengesahan pakar diperlukan bagi memastikan bahawa item-item dalam soalan selidik dapat mengukur setiap faktor yang terlibat dalam kajian ini.

Kebolehpercayaan Instrumen

Ujian kebolehpercayaan instrumen atau *reliability test* merupakan satu analisis terhadap instrumen soalan selidik bagi menentukan kajian dapat digunakan dan dapat mengukur

konstruk dengan tepat, konsisten dan boleh dipercayai ((Fauzi, Ali & Noor, 2014). Terdapat tiga perkara yang perlu dilihat dalam bahagian ini. Pertama, nilai *composite reliability* (CR) untuk menilai *internal consistency reliability* (ketekalan dalaman). Kedua, *outer loading* dan *average extracted* (AVE) untuk menilai *convergent validity* (kesahan menumpu) dan ketiga ialah ujian kriteria Fornell-Larcker untuk menilai *discriminant validity* (kesahan diskriminan). Jadual 1 di bawah menunjukkan nilai CR, AVE dan *outer loading* untuk memenuhi ujian kebolehppercayaan instrumen.

Jadual 1: Ujian Kebolehppercayaan Instrumen

Faktor	Item	<i>Outer Loading</i> (>0.708)	<i>Composite Reliability (CR)</i> (>0.70)	AVE (>0.50)
Kemahiran Memujuk	KM1	0.864	0.894	0.628
	KM2	0.765		
	KM3	0.778		
	KM5	0.737		
	KM6	0.812		
Pengesyoran berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful	PKW1	0.885	0.951	0.796
	PKW2	0.899		
	PKW3	0.897		
	PKW4	0.880		
	PKW5	0.900		
Pengesyoran berdasarkan Keperluan Peserta Takaful	PKEP1	0.893	0.938	0.753
	PKEP2	0.878		
	PKEP3	0.871		
	PKEP6	0.832		
	PKEP 7	0.864		
Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful	KTPT1	0.865	0.953	0.742
	KTPT2	0.845		
	KTPT3	0.848		
	KTPT5	0.789		
	KTPT6	0.909		
	KTPT9	0.890		
	KTPT12	0.882		
Akhlik Ejen Takaful	AET1	0.753	0.927	0.680
	AET3	0.851		
	AET4	0.854		
	AET5	0.881		
	AET6	0.854		
	AET7	0.744		

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021).

Jadual 1 menunjukkan keputusan ujian kebolehppercayaan instrumen yang dapat dilihat meneruati nilai *outer loading*, CR, dan AVE. Bagi item yang mempunyai nilai *outer loading*

yang kurang daripada 0.708, penyelidik perlu menggugurkan item tersebut daripada data kajian (Hair et al., 2019). Menurut Hair et al., (2019) lagi, nilai CR yang berada di antara 0.60 dan 0.70 dapat diterima manakala nilai CR yang berada di antara 0.70 dan 0.90 adalah baik. Sementara itu, nilai AVE yang melebihi 0.50 juga mempunyai tahap kebolehpercayaan yang baik. Oleh itu, dapat disimpulkan melalui Jadual 1 di atas, semua nilai *outer loading*, CR dan AVE telah memenuhi piawaian yang dikehendaki.

Seterusnya, penyelidik juga akan menunjukkan ujian ketiga iaitu kriteria Fornell-Larcker.

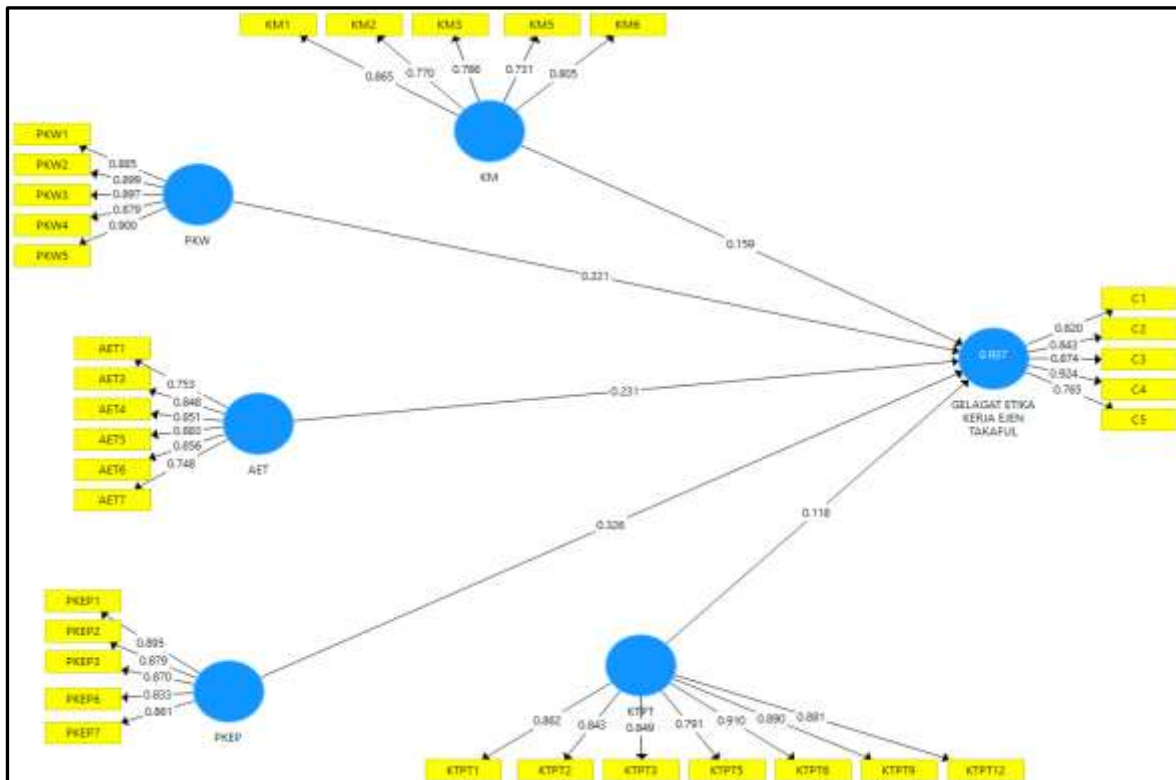
Jadual 2: Keputusan Ujian Fornell-Larcker

	AET	PKEP	KTPT	KM	PKW
AET	0.825				
PKEP	0.809	0.868			
KTPT	0.813	0.823	0.862		
KM	0.744	0.809	0.803	0.793	
PKW	0.727	0.865	0.775	0.762	0.890

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021).

Penilaian Model Struktural

Dalam bahagian ini, penyelidik menunjukkan model struktural dengan menggunakan perisian SMART-PLS. Model 1 di bawah menunjukkan hubungan secara langsung gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.



Model 1: Hubungan Secara Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021).

Model 1 di atas menunjukkan hubungan secara langsung gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Terdapat lima faktor yang berhubungan secara langsung dengan gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Lima faktor tersebut ialah kemahiran memujuk (KM), pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful (PKW), pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful (PKEP), kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful (KTPT) dan akhlak ejen takaful (AET).

Dapatan dan Perbincangan

Bahagian dapatan dan perbincangan ini mempunyai sekurang-kurangnya tiga perkara yang perlu dilihat. Pertama, maklumat responden. Kedua, mengenal pasti tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dan ketiga ialah menganalisis pengaruh tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Maklumat Asas Responden

Analisis demografi dijalankan ke atas 397 orang responden yang terdiri daripada peserta takaful. Penyelidik membahagikan kepada tujuh kategori profil responden dalam soalan selidik ini. Pertama, jantina, kedua; umur, ketiga; status perkahwinan, keempat; tahap pendidikan, kelima; tahap pendapatan, keenam; syarikat takaful yang disertai dan ketujuh ialah tempoh masaa menjadi peserta takaful.

Tahap Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful

Penilaian terhadap tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dijalankan dengan menilai sama ada ejen takaful benar-benar menawarkan dan mengesyorkan produk takaful mengikut keperluan dan kesesuaian peserta takaful. Tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dinilai dengan melihat kepada perspektif peserta takaful. Penilaian ini dilakukan dengan melihat tahap skor min bagi setiap item yang terdapat di dalam faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful. Dapatan ini sekali gus menjawab objektif kajian yang pertama. Skor min diukur mengikut tiga tahap (Shahar, 2006). Pertama, nilai min yang berada di antara 3.67 hingga 5.00 diklasifikasikan sebagai tahap tinggi. Kedua, nilai min yang berada di antara 2.34 hingga 3.66 diklasifikasikan sebagai tahap sederhana dan akhir sekali ialah skor min yang berada di antara 1.00 hingga 2.33 dikategorikan sebagai tahap rendah.

Jadual 3: Tahap Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful

No.Item	Item	Min (M)	Sisihan Piawai (SP)	Tahap
PKEP1	Ejen takaful saya menawarkan skim takaful yang bersesuaian dengan keperluan saya terutama dari segi kad perubatan, pampasan/hibah dan simpanan atau pelaburan.	4.38	0.800	Tinggi
PKEP2	Ejen takaful saya bertanya dan mengambil tahu tentang latar belakang saya sebelum memberikan cadangan produk yang sesuai kepada saya.	4.39	0.868	Tinggi
PKEP3	Ejen takaful saya tidak menyembunyikan maklumat berkaitan produk takaful yang saya ingin pilih.	4.24	0.981	Tinggi

PKEP6	Ejen takaful saya mengetahui dengan lebih mendalam tentang waktu yang paling sesuai untuk saya menyertai skim takaful.	4.14	1.004	Tinggi
PKEP7	Saya percaya bahawa ejen takaful menawarkan produk takaful dengan tujuan membantu saya membuat persediaan dan perlindungan jika saya menghadapi musibah kelak.	4.41	0.791	Tinggi

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021)

Berdasarkan Jadual 3 di atas, tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful menurut perspektif peserta takaful ialah tinggi. Penyelidik mendapati bahawa nilai skor min bagi kesemua item-item yang dinyatakan di dalam faktor ini menunjukkan berada pada tahap yang tinggi. Hal ini adalah kerana skor min yang terhasil berada di antara 3.67 hingga 5.00. Penyelidik juga mendapati bahawa item PKEP7 menunjukkan tahap skor min yang paling tinggi iaitu peserta takaful percaya bahawa ejen takaful mereka menawarkan produk takaful dengan tujuan membantu untuk membuat persediaan dan perlindungan jika peserta takaful menghadapi musibah kelak. Hal ini juga membuktikan bahawa ejen takaful benar-benar menawarkan produk takaful mengikut keperluan dan kesesuaian peserta takaful, bukannya semata-mata mengajak peserta takaful untuk menyertai polisi takaful. Sementara itu, penyelidik juga mendapati bahawa item PKEP6 menunjukkan tahap skor min yang paling rendah namun begitu ia masih berada pada tahap tinggi kerana nilai min PKEP6 berada di antara 3.67 hingga 5.00. Oleh itu, penyelidik dapat menyimpulkan bahawa tahap perspektif peserta takaful terhadap pengesyoran produk oleh ejen takaful adalah tinggi dan baik.

Perspektif Peserta Takaful terhadap Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful

Perspektif peserta takaful terhadap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful diukur dengan melihat nilai skor min yang diperolehi daripada keseluruhan lima faktor yang terlibat. Lima faktor tersebut ialah kemahiran memujuk, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful, pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful, kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful dan akhir sekali ialah akhlak ejen takaful. Lima faktor ini berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Jadual 4: Perspektif Peserta takaful terhadap Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful.

Pemboleh ubah	Min (M)	Sisihan Piawai (SP)	Interpretasi	Tahap
Kemahiran Memujuk	4.05	0.770	Tinggi	5
Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful	4.07	0.765	Tinggi	4
Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful	4.32	0.772	Tinggi	2
Kefahaman Ejen terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful	4.25	0.787	Tinggi	3
Akhlak Ejen Takaful	4.34	0.656	Tinggi	1

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021)

Jadual 4 menunjukkan keseluruhan faktor gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Hasil dapatan menunjukkan skor min bagi kesemua faktor-faktor yang terlibat adalah berada pada tahap yang tinggi. Penyelidik mendapati bahawa faktor akhlak ejen takaful mempunyai nilai min yang paling tinggi, kedua tertinggi ialah faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful. Seterusnya diikuti dengan faktor kefahaman ejen terhadap konsep takaful dan produk takaful yang berada pada tahap ketiga, Kemudian, faktor pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful berada pada tahap keempat dan akhir sekali ialah faktor kemahiran memujuk.

Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful

Penyelidik juga menjalankan analisis hubungan secara langsung gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Analisis hubungan secara langsung ini dijalankan bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling memberi pengaruh kepada gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Oleh itu, penyelidik menunjukkan hasil analisis hubungan secara langsung gelagat etika kerja ejen takaful melalui Jadual 5 di bawah.

Jadual 5: Hubungan Secara Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful

	Koefisien Teranggar (β)	t-statistik	Nilai p	Sig.	R Square
AET -> C	0.231	7.312	0.000	**	0.937
KM -> C	0.159	5.078	0.000	**	
KTPT -> C	0.118	2.998	0.003	**	
PKEP -> C	0.326	6.411	0.000	**	
PKW -> C	0.221	5.700	0.000	**	

(Sumber: Data Kajian Lapangan Penyelidik, 2021)

Jadual 5 di atas menunjukkan hasil analisis bagi hubungan secara langsung gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Nilai koefisien teranggar (Beta) di dalam Jadual 5 di atas digunakan untuk melihat kebesaran pengaruh bagi faktor-faktor yang terlibat. Nilai signifikan pula dinilai berdasarkan nilai $p < 0.05$ dan nilai t statistik perlu lebih besar daripada 1.96. Hasil dapatan menunjukkan bahawa kelima-lima faktor yang terlibat dalam kajian ini mempunyai hubungan langsung yang positif terhadap gelagat etika kerja ejen takaful. Ia dapat dibuktikan melalui nilai p yang kurang daripada nilai 0.05 dan nilai t statistik pula lebih besar daripada 1.96. Hasil analisis hubungan secara langsung juga menunjukkan bahawa faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful (PKEP) memberikan pengaruh yang paling besar kepada gelagat etika kerja ejen takaful. Penyelidik dapat membuktikan dengan melihat kepada nilai beta bagi faktor PKEP ialah sebanyak 0.326 dan nilai ini adalah nilai yang paling tinggi berbanding dengan nilai beta yang lain. Sementara itu, faktor yang memberi pengaruh paling rendah ialah faktor kefahaman ejen terhadap konsep takaful dan produk takaful (KTPT).

Oleh itu, penyelidik dapat menyimpulkan bahawa kelima-lima faktor yang diuji mempunyai hubungan secara langsung yang signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful

Perbincangan

Hasil dapatan kajian yang dibincangkan sebelum ini mendapati bahawa lima faktor yang terlibat iaitu kemahiran memujuk, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta

takaful, pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful, kefahaman ejen terhadap konsep takaful dan produk takaful dan akhlak ejen takaful mempunyai hubungan yang signifikan secara langsung terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Pada masa yang sama, penyelidik juga mendapati bahawa faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful memberi pengaruh yang paling tinggi berbanding dengan faktor-faktor yang lain.

Secara umumnya, dapatan kajian ini mendapati bahawa item PKEP7 mempunyai tahap pengesyoran produk takaful berdasarkan keperluan peserta takaful yang paling tinggi. Hal ini dibuktikan melalui nilai skor min bagi item PKEP7 adalah yang paling tinggi. Secara tidak langsung, penyelidik dapat katakan bahawa peserta takaful bersetuju dengan pernyataan item yang telah dinyatakan di dalam borang soal selidik. Peserta takaful percaya bahawa ejen takaful mereka telah menawarkan dan mengesyorkan produk takaful dengan tujuan membantu dan memberi panduan kepada mereka untuk membuat persediaan dan perlindungan di masa hadapan, bukannya semata-mata mengajak dan memaksa peserta takaful menyertai polisi takaful. Berdasarkan hasil dapatan kajian ini juga mendapati bahawa peserta takaful mempunyai perspektif yang tinggi terhadap gelagat etika kerja ejen takaful daripada segi penawaran cadangan produk yang sesuai kepada peserta takaful. Pada masa yang sama, ejen takaful juga bertanya dan mengambil tahu tentang latar belakang peserta takaful sebelum mereka memberikan cadangan produk kepada peserta takaful. Buktinya, hasil kajian menunjukkan nilai skor min bagi item PKEP2 ialah 4.39 dan nilai skor min ini berada pada tahap yang tinggi. Bhatti (2018) menyatakan bahawa ejen takaful perlu memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada peserta takaful melalui pengesyoran produk mengikut kesesuaian dan keperluan peserta takaful.

Penyelidik juga mendapati hasil analisis menunjukkan ejen takaful tidak menyembunyikan maklumat berkaitan produk takaful yang ingin dipilih oleh peserta takaful. Buktinya, nilai skor min bagi kenyataan item PKEP3 adalah tinggi iaitu 4.24. Nilai ini juga membuktikan bahawa perspektif peserta takaful terhadap item PKEP3 berada pada tahap tinggi dan mereka bersetuju dengan kenyataan ini di dalam borang soal selidik. Kamaluddin (2018) menegaskan bahawa ejen takaful perlu menjelaskan dengan benar, jujur serta tidak menyembunyikan sebarang maklumat penting berkaitan produk takaful. Menurut beliau lagi, ejen takaful seharusnya tidak menipu peserta takaful semata-mata untuk memenuhi kepentingan peribadi. Selain itu, penyelidik juga mendapati bahawa peserta takaful mempunyai perspektif yang baik dan tinggi terhadap ejen takaful mereka daripada segi kesesuaian masa untuk peserta takaful menyertai polisi takaful.

Selain itu, penyelidik juga mendapati bahawa dalam membandingkan antara faktor-faktor yang terlibat seperti yang dipaparkan dalam Jadual 4 kajian ini, faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful berada pada tahap kedua tertinggi dengan skor min sebanyak 4.32. Hasil dapatan ini sekaligus membuktikan bahawa peserta takaful mempunyai perspektif yang tinggi terhadap faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful.

Secara lebih khusus, penyelidik mendapati bahawa faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempunyai hubungan secara langsung yang positif dan signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Bukan itu sahaja, faktor ini juga memberikan pengaruh yang paling besar kepada gelagat etika kerja ejen takaful. Sebagai seorang ejen takaful yang bertanggungjawab, sikap untuk lebih sensitif dan proaktif

amat penting dalam mengenal pasti dan memahami keperluan bakal peserta takaful (Hasif, 2023). Menurut pandangan penyelidik, tugas ejen takaful dalam mengesyorkan produk yang bersesuaian kepada bakal peserta takaful sangatlah penting. Ia bagi mengelakkan daripada peserta takaful memilih produk yang sia-sia dan tidak mendatangkan manfaat kepada peserta takaful itu sendiri. Selain itu, sangat penting bagi ejen takaful supaya tidak didorong oleh keinginan untuk mendapatkan komisen yang tinggi. Mukshar (2023) membahaskan bahawa ejen takaful berperanan dalam pembangunan industri takaful bagi memastikan peserta takaful dan pelanggan dapat mengakses takaful dengan mudah dan lancar. Oleh itu, setiap tindak tanduk ejen takaful akan memberikan gambaran yang baik atau buruk kepada kredibiliti ejen takaful itu sendiri.

Selain itu, ejen takaful yang mahir dalam mengesyorkan produk takaful mengikut keperluan dan kesesuaian peserta takaful dapat melahirkan dan menimbulkan kepercayaan peserta takaful terhadap perkhidmatan ejen takaful. Kepercayaan peserta takaful terhadap ejen takaful menjadi semakin kuat apabila ejen takaful benar-benar ikhlas untuk memberi nasihat berkaitan perancangan kewangan dan produk perlindungan sekiranya peserta takaful menghadapi sebarang musibah (Megat Laksana et al., 2025). Menurut Abdul Shukor (2020), ejen takaful yang mengesyorkan produk takaful yang terbaik dan bersesuaian dengan keperluan peserta takaful serta mendedahkan segala maklumat-maklumat berkaitan produk takaful dapat membina dan mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap ejen takaful. Menurutnya lagi, komunikasi yang baik antara ejen takaful dan peserta takaful merupakan faktor yang boleh menyumbang kepada kepercayaan peserta takaful terhadap ejen takaful. Komunikasi yang baik ini bermaksud ejen takaful tidak sepatutnya menjejaskan kesucian objektif takaful dengan mengejar kepentingan peribadi (Abdul Shukor, 2020). Contohnya, ejen takaful yang mengejar komisen semata-mata dan menggunakan maklumat pelanggan untuk tujuan peribadi (Mukshar, 2023)

Seterusnya, ejen takaful yang berjaya membuatkan peserta takaful percaya dan berpuas hati dengan perkhidmatan yang ditawarkan akan membuatkan peserta takaful terus setia dan akan terus menggunakan perkhidmatan ejen takaful yang sama (Syadiyah Abdul Shukor, 2020). Peserta takaful cenderung untuk kekal berurusan dan memilih untuk meneruskan caruman dengan ejen takaful yang sama disebabkan oleh mereka yakin bahawa ejen takaful tidak akan menipu tentang produk yang ditawarkan di samping mereka berasa selamat sepanjang berurusan dengan ejen mereka. Seorang ejen takaful yang mampu membina reputasi sebagai ejen yang boleh dipercayai akan lebih mudah menarik minat peserta takaful baharu. Ini kerana peserta takaful lebih berminat untuk memilih ejen takaful yang mereka rasakan jujur, bertanggungjawab dan mengambil berat terhadap kebajikan dan keperluan mereka (Udin et al., 2024). Oleh sebab itu, ejen takaful perlu berhati-hati dan perlu mahir dalam menilai tahap keperluan peserta takaful berbanding kehendak ejen untuk meminta peserta takaful menyertai polisi takaful. Contohnya, ejen takaful bertanya dan mengambil tahu tentang latar belakang peserta takaful sebelum memberikan cadangan produk yang bersesuaian kepada mereka.

Penyelidik juga dapat menyimpulkan bahawa salah satu indikator yang menjadikan ejen takaful mempunyai gelagat etika kerja yang baik adalah dengan mengesyorkan produk yang bersesuaian dengan peserta takaful terutama daripada segi kad perubatan, pampasan/hibah dan simpanan atau pelaburan. Umumnya, peserta takaful akan memilih pelan perlindungan perubatan sekiranya mereka perlu mendapatkan rawatan di hospital. Bertitik tolak daripada sinilah, ejen takaful perlu memainkan peranan yang penting dalam memberikan maklumat yang telus dan benar kepada peserta takaful. Peserta takaful cenderung untuk lebih yakin dan selesa

berurusan dengan ejen takaful yang mahir dalam komunikasi dan mempunyai sikap amanah dan jujur dalam menyampaikan maklumat produk takaful (Megat Laksana et al., 2025). Contohnya maklumat berkaitan manfaat kad perubatan, kekurangan kad perubatan, jenis penyakit yang boleh mendapatkan tuntutan daripada pihak syarikat takaful dan sebagainya. Oleh itu, ejen takaful perlu mengesyorkan jenis plan perlindungan yang bersesuaian dengan keperluan semasa peserta takaful. Ejen takaful didapati menyalahi etika kerja jika mereka bertindak dengan memberikan maklumat yang salah dan memalsukan dokumen peserta takaful terutama semasa peserta takaful bersetuju untuk menyertai polisi takaful. Menurut Meerangani dan Mad Zin (2022) mendapati bahawa faktor utama penerimaan terhadap produk takaful ialah pengesyoran dan penawaran daripada ejen takaful dan pengendali takaful. Oleh itu, menjadi tanggungjawab dan peranan ejen takaful dalam memberikan penawaran, kefahaman, pengetahuan, bantuan dan nasihat serta maklumat yang jelas dan benar berkaitan produk takaful kepada peserta takaful.

Kesimpulan

Penyelidik dapat menyimpulkan bahawa penemuan utama dalam kajian ini ialah faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempunyai hubungan langsung yang signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful. Selain itu juga, perspektif peserta takaful terhadap tahap pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful adalah tinggi. Hal ini memberi makna bahawa peserta takaful bersetuju dengan item yang telah dinyatakan di dalam soal selidik. Pada masa yang sama juga, peserta takaful bersetuju bahawa ejen takaful mereka dapat memberikan pengesyoran berkaitan produk takaful mengikut keperluan dan kesesuaian mereka. Selain itu, hasil dapatan ini juga menemukan bahawa kesemua lima faktor yang terlibat mempunyai hubungan secara langsung yang signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful. Daripada dapatan tersebut, faktor pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful memberi pengaruh yang paling besar dan tinggi kepada gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Rujukan

- Abdul Shukor, S. (2020). Trust In Takaful Agents: Antecedents And Consequences. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(6), 1161-1174.
- Al-Aidaros, A.-H., Mohd. Shamsudin, F., & Md. Idris, K. (2013). Ethics And Ethical Theories From An Islamic Perspective. *International Journal of Islamic Thought*, 4(1), 1–13.
- Ali A. J., & Al-Owaidan A. (2008). Islamic Work Ethic: A Critical Review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19.
- Asyrafuddin. (2024, July 18). *Buat Mereka Yang Ingin menjadi Ejen Takaful baca sini dahulu* <https://asyrafuddin.com/2024/07/18/buat->
- Bhatti, T. (2018). Antecedents And Consequences Of Corporate Reputation From a Customer Perspective In Takaful (Islamic Insurance) Industry. *Corporate Ownership and Control*, 15(3), 101-113.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hasif, I. (2023). Ejen takaful bukan kerja low class. *Utusan Malaysia*. <https://www.utusan.com.my/nasional/2023/10/ejen-takaful-bukan-kerja-low-class/>
- Hussin, F., Ali, J., & Noor, M. S. Z. (2014). Kaedah Penyelidikan & Analisis Data SPSS. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Kamaluddin, N. (1 Januari 2018). Akhlak Asas Etika Ejen Takaful / Norlela Kamaluddin. UiTM Institutional Repository. Retrieved January 13, 2023, from <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/58010/>
- Kirom, C. (2018). Etos Kerja Dalam Islam. TAWAZUN: *Journal of Sharia Economic Law*, 1(1), 57.
- Meerangani & Mad Zin, S. (2022). Penerimaan Penjawat Awam Terhadap Produk Takaful: Kajian Di Daerah Petaling, Selangor. *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance*, 4(2), 92-101.
- Megat Laksana, N. N., Ruhisham, S. N., & Bin Md. Sawari, M. F. (2025). Role of Takaful Agents at the Takaful Operators from Shariah Perspective. *AL-ITQAN: Journal Of Islamic Sciences And Comparative Studies*, 10(1), 54–75.
- Mukshar, A. N. N. (2023). Model Takaful Di Malaysia: Isu Dan Cabaran. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, 6(1), 74-90.
- Nurul Azahana, Mohd Adib, & Muhammad Nasri. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Sifat-Sifat Terpuji Ejen Takaful (Sstet) Dalam Konteks Keusahawanan Sosial Islam (KSI). *International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy* 4(1), 1-11.
- Shahar, R. (2006). Pembangunan Laman Web Sebagai Media Pengajaran Di Politeknik Port Dickson: Topik Garis Imbas. Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Surjanti, J., & Kistyanto, A. (2022). Transformational Leadership On Employee Performance: The Mediating Role Of Islamic Work Ethics. *International Journal of Economics, Management, Business, And Social Science (IJEMBIS)*, 2(1), 166-180.
- Uddin, S., Yakob, R., & Bangaan Abdullah, M. H. S. (2024). Identifying the Key Quality of Takaful Agents Influence on Takaful Penetration: The Nominal Group technique approach. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 9(SI20), 13–18.