

**GELAGAT ETIKA KERJA EJEN TAKAFUL
MENURUT PERSPEKTIF PESERTA TAKAFUL**

NOR ARINI BINTI ABDULLAH

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

2025

**GELAGAT ETIKA KERJA EJEN TAKAFUL
MENURUT PERSPEKTIF PESERTA TAKAFUL**

oleh

NOR ARINI BINTI ABDULLAH

**Tesis ini diserahkan untuk
memenuhi keperluan bagi
Ijazah Doktor Falsafah**

Februari 2025

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rezeki untuk saya memudahkan dan menyiapkan tesis ini. Selawat dan salam kepada junjungan mulia Nabi Muhammad SAW dan semoga penulisan ini diterima sebagai satu ibadah dalam memperkembangkan ilmu Islam.

Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua-dua penyelia saya iaitu Prof. Madya Dr. Shahir Akram Hassan selaku penyelia utama dan Dr. Murni Yusoff selaku penyelia bersama. Terima kasih di atas segala tunjuk ajar, bimbingan, nasihat, semangat, motivasi serta galakan yang diberikan kepada saya sepanjang tempoh untuk menyiapkan penulisan tesis ini. Tidak dilupakan ucapan terima kasih buat Prof. Madya Dr. Zakaria Bahari di atas bantuan dan tunjuk ajar kepada saya terutama perkara yang melibatkan proses analisis menggunakan perisian SMART-PLS. Semoga Allah SWT membalas pengorbanan kalian dengan sebaik-baik ganjaran. Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada semua pensyarah di Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV) yang telah banyak memberikan sokongan dan tunjuk ajar sepanjang proses pembelajaran saya di ISDEV. Seterusnya, terima kasih untuk setiap memori indah yang tercipta bersama sahabat-sahabat ISDEV terutama Siti Maryam, Nur Aida Athirah, Siti Sarah dan Nik Liyana yang sentiasa banyak membantu dan memberi semangat untuk saya terus melangkah bagi menyiapkan tesis ini. Semoga Allah SWT membalas segala jasa baik dan bantuan kalian dengan sebaik-baik ganjaran. Tidak dilupakan juga ucapan terima kasih buat semua staf sokongan ISDEV yang telah banyak membantu memudahkan urusan saya terutama perkara yang berkaitan dengan pengurusan pengajian.

Jutaan terima kasih juga saya ucapkan kepada Prof. Madya Dr. Marhanum Che Mohd Salleh, Dr. Zool Hilmi Mohamed Ashari dan Encik Fairul Zakaria atas kesudian kalian menjadi pakar untuk mengesahkan borang soal selidik saya. Terima kasih kerana meluangkan masa untuk membaca, menyemak dan meneliti borang soal selidik untuk diedarkan kepada responden kajian saya. Terima kasih juga diucapkan kepada semua responden kajian saya yang terdiri daripada peserta takaful kerana sudi meluangkan masa untuk menjawab borang soal selidik yang telah diedarkan. Kerjasama yang amat baik sepanjang tempoh masa kajian lapangan dijalankan amatlah saya hargai.

Penghargaan yang teristimewa saya dedikasikan kepada suami tercinta, Mohamad Farid Mohamad Othman, yang sentiasa membantu, memahami, serta meletakkan kepercayaan kepada saya untuk meneruskan perjuangan ini. Penghargaan ini juga saya persembahkan kepada baba dan umi tersayang, Hj. Abdullah Abd Rahman dan Hjh. Norzakiah Muhamad Kasim yang telah banyak menitipkan doa, memberikan sokongan dan semangat yang berterusan sepanjang proses penulisan tesis ini. Seterusnya, saya panjatkan kesyukuran kepada Allah SWT atas kehadiran bayi pertama yang berada dalam kandungan semasa saat-saat akhir proses untuk menyiapkan tesis ini. Akhir sekali, terima kasih juga ditujukan kepada adik beradik saya, ipar-duai serta anak-anak saudara atas kasih sayang dan kenangan sepanjang menyiapkan tesis ini. Semoga penulisan tesis ini dapat memberi manfaat dan kebaikan kepada sesiapa yang membacanya.

Nor Arini Abdullah
Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam (ISDEV)
Universiti Sains Malaysia.

SENARAI KANDUNGAN

PENGHARGAAN.....	ii
SENARAI KANDUNGAN.....	iv
SENARAI JADUAL.....	x
SENARAI RAJAH.....	xiv
SENARAI SINGKATAN.....	xv
PANDUAN TRANSLITERASI.....	xvi
SENARAI LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xx
BAB 1 PENGENALAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang Kajian.....	2
1.2.1 Perkembangan Sistem Takaful pada Zaman Rasulullah SAW.....	3
1.2.2 Perkembangan Syarikat Takaful.....	7
1.2.3 Ejen Takaful.....	11
1.3 Pernyataan Masalah.....	17
1.4 Objektif Kajian.....	26
1.5 Persoalan Kajian.....	26
1.6 Definisi Operasional.....	29
1.6.1 Gelagat.....	29
1.6.2 Etika Kerja.....	32
1.6.3 Ejen Takaful.....	35
1.6.4 Takaful.....	37
1.6.5 Peserta Takaful.....	39
1.7 Skop dan Batasan Kajian.....	40

1.7.1	Batasan Subjek Kajian.....	41
1.7.2	Batasan Sampel.....	41
1.7.3	Batasan Analisis.....	41
1.8	Kepentingan Kajian.....	42
1.9	Sumbangan Kajian.....	44
1.10	Organisasi Tesis.....	46
1.11	Kesimpulan.....	47
BAB 2 KAJIAN LEPAS DAN SOROTAN KARYA.....		48
2.1	Pendahuluan.....	48
2.2	Kajian Lepas.....	48
2.2.1	Kajian Berkaitan Industri Takaful.....	49
2.2.2	Kajian Berkaitan Etika.....	57
2.2.3	Kajian Berkaitan Ejen Takaful.....	63
2.3	Analisis Kajian Lepas.....	72
2.4	Sorotan Karya.....	74
2.4.1	Akhlak dalam Islam.....	74
2.4.2	Etika Kerja.....	79
2.4.3	Gelagat Pengguna.....	83
2.4.4	Gelagat Ejen Terhadap Peserta Takaful.....	90
2.4.5	Faktor Mempengaruhi Gelagat Ejen.....	98
2.4.6	Teori Wakalah.....	101
2.4.6(a)	Wakalah dalam Takaful.....	103
2.4.6(b)	Wakalah dalam Industri Takaful di Malaysia.....	105
2.4.7	Faktor Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	107
2.4.7(a)	Kemahiran Memujuk.....	109
2.4.7(b)	Pengesyoran Produk Berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful.....	112

2.4.7(c)	Kefahaman Ejen terhadap Konsep dan Produk Takaful.....	115
2.4.7(d)	Pengesyoran Produk Takaful Berdasarkan Keperluan Peserta Takaful.....	120
2.4.7(e)	Peranan Faktor Akhlak Ejen Takaful Sebagai Pencelah.....	122
2.5	Analisis Sorotan Karya.....	128
2.6	Kerangka Konseptual Kajian.....	129
2.7	Kesimpulan.....	131
BAB 3	KAEDAH PENYELIDIKAN.....	133
3.1	Pendahuluan.....	133
3.2	Reka Bentuk Kajian.....	133
3.2.1	Kajian Teoretikal.....	135
3.2.2	Kajian Empirikal.....	136
3.2.3	Justifikasi Pemilihan Pemboleh ubah.....	136
3.2.3(a)	Kemahiran Memujuk.....	136
3.2.3(b)	Pengesyoran Produk Berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful.....	137
3.2.3(c)	Pengesyoran Produk Berdasarkan Keperluan Peserta Takaful.....	138
3.2.3(d)	Kefahaman Ejen terhadap Konsep dan Produk Takaful.....	139
3.2.3(e)	Akhlak Ejen Takaful.....	140
3.3	Kaedah Pengumpulan Data.....	142
3.3.1	Pengumpulan Data Sekunder.....	144
3.3.2	Pengumpulan Data Primer.....	145
3.3.2(a)	Pensampelan.....	145
3.3.2(b)	Justifikasi Pemilihan Peserta Takaful (Responden Soal Selidik.....	150
3.3.2(c)	Instrumen Kajian.....	151

3.3.2(d)	Pra Ujian.....	165
3.3.3	Kajian Rintis.....	180
3.3.3(a)	Penetapan Model Pengukuran.....	181
3.3.3(b)	Penetapan Model Struktural.....	190
3.3.3(c)	Model Hipotesis Kajian (Hubungan Secara Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful).....	193
3.3.3(d)	Model Hipotesis Kajian (Hubungan Secara Tidak Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful setelah melalui Akhlak Ejen Takaful sebagai Pencelah.....	194
3.3.3(e)	Pembinaan Hipotesis Kajian.....	195
3.4	Model Spesifik Kajian.....	200
3.5	Kajian Lapangan Sebenar.....	202
3.6	Kaedah Penganalisisan Data.....	202
3.6.1	Penganalisisan Data Sekunder.....	203
3.6.2	Penganalisisan Data Primer.....	203
3.6.2(a)	Analisis Deskriptif.....	203
3.6.2(b)	Analisis Inferens.....	204
3.7	Pencapaian Objektif Kajian.....	206
3.7.1	Objektif Pertama Kajian.....	206
3.7.2	Objektif Kedua Kajian.....	207
3.7.3	Objektif Ketiga Kajian.....	210
3.8	Perkaitan antara Objektif, Persoalan, Kaedah Pengumpulan Data dan Kaedah Penganalisisan Data.....	210
3.9	Tatacara Pelaksanaan Kajian.....	213
3.10	Kesimpulan.....	215
	BAB 4 DAPATAN KAJIAN.....	216
4.1	Pendahuluan.....	216
4.2	Kenormalan Data.....	216

4.3	Analisis Kadar Responsif Responden.....	220
4.4	Analisis Data Hilang (<i>Missing Data</i>)	222
4.5	Analisis Profil Responden.....	223
4.6	Penilaian Model SMART PLS-SEM.....	229
4.6.1	Penilaian Model Hipotesis.....	230
4.7	Penilaian Model Pengukuran.....	235
4.7.1	Kebolehpercayaan Ketekalan Dalaman (<i>Internal Consistency Reliability</i>).....	236
4.7.2	Kesahan Menumpu (<i>Convergent Validity</i>).....	237
4.7.3	Kesahan Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	240
4.8	Penilaian Model Struktural.....	245
4.8.1	Penilaian Multikolineariti.....	246
4.9	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	248
4.10	Analisis Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	260
4.10.1	Analisis Perbezaan Demografi.....	261
4.10.1(a)	Perbezaan Berdasarkan Jantina.....	262
4.10.1(b)	Perbezaan Berdasarkan Status Perkahwinan.....	263
4.10.1(c)	Perbezaan Berdasarkan Umur.....	264
4.10.1(d)	Perbezaan Berdasarkan Tahap Pendidikan.....	266
4.10.1(e)	Perbezaan Berdasarkan Tahap Pendapatan.....	270
4.10.1(f)	Perbezaan Berdasarkan Tempoh Penyertaan Peserta Takaful.....	272
4.10.2	Faktor Intrinsik dan Faktor Ekstrinsik dalam Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Secara Langsung.....	273
4.10.3	Analisis Saiz Hubungan Faktor Intrinsik dan Faktor Ekstrinsik Secara Langsung.....	281
4.10.4	Faktor Intrinsik dan Faktor Ekstrinsik Selepas Melalui Faktor Akhlak Ejen Takaful sebagai Pencelah.....	285

4.10.5 Analisis Saiz Hubungan Faktor Intrinsik dan Faktor Ekstrinsik Selepas Melalui Faktor Akhlak Ejen Takaful sebagai Pencelah....	298
4.10.6 Analisis Ketepatan Ramalan (R^2), Kesan Sebenar (f^2) dan Kesan Relevan Model (Q^2) Kajian.....	300
4.10.6(a) Ketepatan Ramalan (R^2).....	301
4.10.6(b) Kesan Sebenar (<i>Effect Size</i>), f^2	303
4.10.6(c) Kesan Relevan Model (<i>Predictive Relevance</i>), Q^2	304
4.11 Rumusan Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	305
4.11.1 Kekuatan Faktor Pencelah (Akhlak Ejen Takaful).....	306
4.12 Kesimpulan.....	313
BAB 5 PENUTUP.....	315
5.1 Pendahuluan.....	315
5.2 Rumusan Hasil Dapatan.....	315
5.3 Implikasi Kajian dan Cadangan Dasar.....	328
5.3.1 Implikasi Teoretikal.....	328
5.3.2 Implikasi Empirikal.....	328
5.4 Cadangan Kajian Masa Hadapan.....	331
5.4.1 Subjek Kajian.....	332
5.4.2 Kaedah Penyelidikan.....	332
5.4.3 Pemboleh Ubah Tidak Bersandar.....	333
5.5 Kesimpulan.....	333
BIBLIOGRAFI.....	334
LAMPIRAN	
SENARAI PENERBITAN	

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1	Senarai Syarikat Takaful di Malaysia..... 9
Jadual 1.2	Ringkasan Objektif dan Persoalan Kajian.....28
Jadual 3.1	Jadual Penentuan Saiz Sampel Krejcie dan Morgan (1970).....148
Jadual 3.2	Tahap Persetujuan Mengikut Lima Titik Skala (<i>5-point-likert</i>).....153
Jadual 3.3	Pembinaan Soalan Selidik Berdasarkan Sorotan Karya..... 155
Jadual 3.4	Item Pengukuran dalam Soalan Selidik.....158
Jadual 3.5	Senarai Pakar dan Bidang Kepakaran..... 167
Jadual 3.6	Pemurnian Item dalam Soalan Selidik berdasarkan Cadangan Pakar..... 171
Jadual 3.7	Pembaikan Item Soalan Selidik.....179
Jadual 3.8	Nilai CR bagi Penilaian Ketekalan Dalaman Konstruk Kajian Rintis..... 182
Jadual 3.9	Nilai <i>Outer Loading</i> (λ) bagi Kajian Rintis.....183
Jadual 3.10	Nilai AVE..... 187
Jadual 3.11	<i>Cross Loading</i> 187
Jadual 3.12	Kriteria <i>Fornell-Larcker</i>189
Jadual 3.13	Item yang Digugurkan selepas Kajian Rintis Dijalankan..... 189
Jadual 3.14	Hipotesis Kajian bagi Hubungan Secara Langsung..... 196
Jadual 3.15	Hipotesis Kajian bagi Hubungan Secara Tidak Langsung..... 197
Jadual 3.16	Hubungan Objektif Kedua Kajian, Persoalan Kajian dan Hipotesis Kajian (Model Hipotesis Kajian Hubungan Secara langsung)..... 198

Jadual 3.17	Hubungan Objektif Kedua Kajian, Persoalan Kajian dan Hipotesis Kajian (Model Hipotesis Kajian Hubungan Secara Tidak Langsung).....	199
Jadual 3.18	Rumusan Objektif Kajian, Persoalan Kajian, Kaedah Pengumpulan Data dan Kaedah Analisis Data.....	211
Jadual 4.1	Ujian <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	217
Jadual 4.2	Ujian <i>Kolmogorov-Smirnov</i> dan <i>Shapiro-Wilk</i>	219
Jadual 4.3	Kadar Responsif Responden.....	221
Jadual 4.4	Keputusan Analisis Data Hilang.....	222
Jadual 4.5	Profil Latar Belakang Responden (Sampel, n=397).....	224
Jadual 4.6	Nilai <i>Outer Loading</i>	232
Jadual 4.7	Keputusan Analisis <i>Composite Reliability</i> (CR).....	236
Jadual 4.8	Nilai AVE bagi Model Pengukuran Kajian.....	238
Jadual 4.9	Nilai <i>Outer Loading</i> untuk Penilaian Model Pengukuran.....	239
Jadual 4.10	Nilai <i>Cross Loading</i>	241
Jadual 4.11	Kriteria <i>Fornell-Larcker</i>	243
Jadual 4.12	Penilaian Model Pengukuran Kajian.....	243
Jadual 4.13	Analisis Ujian Multikolineariti.....	246
Jadual 4.14	Tahap Skor Min.....	249
Jadual 4.15	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful terhadap Item-item Kemahiran Memujuk (KM).....	249
Jadual 4.16	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful terhadap Item-item Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful (PKW).....	251
Jadual 4.17	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful terhadap Item-item Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful (PKEP).....	253

Jadual 4.18	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful terhadap Item-item Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful (KTPT).....	255
Jadual 4.19	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful terhadap Item-item Akhlak Ejen Takaful (AET).....	257
Jadual 4.20	Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	259
Jadual 4.21	Ujian-t Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Perbezaan Jantina.....	262
Jadual 4.22	Ujian ANOVA Sehala Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Perbezaan Status Perkahwinan.....	264
Jadual 4.23	Ujian ANOVA Sehala Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Perbezaan Kumpulan Umur.....	265
Jadual 4.24	Ujian ANOVA Sehala Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Perbezaan Tahap Pendidikan.....	267
Jadual 4.25	Ujian Post Hoc Tukey Berdasarkan Perbezaan Tahap Pendidikan..	267
Jadual 4.26	Ujian ANOVA Sehala Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Perbezaan Tahap Pendapatan.....	270
Jadual 4.27	Ujian ANOVA Sehala Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful Berdasarkan Tempoh Penyertaan Peserta Takaful.....	272
Jadual 4.28	Model Hubungan Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	276
Jadual 4.29	Hubungan Penyataan Hipotesis dan Hasil Dapatan.....	276
Jadual 4.30	Model Hubungan Secara Tidak Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	288

Jadual 4.31	Hubungan Pernyataan Hipotesis dan Hasil Dapatan.....	288
Jadual 4.32	Hubungan Secara Langsung dan Hubungan Secara Tidak Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	294
Jadual 4.33	Hasil Analisis Ujian Nilai R^2	301
Jadual 4.34	Kesan Sebenar (<i>Effect Size</i>) Faktor Utama kepada Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful.....	304
Jadual 4.35	Kesan Relevan Model (Nilai Q^2).....	305
Jadual 4.36	Hubungan Secara Langsung dan Hubungan Secara Tidak Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful.....	307
Jadual 5.1	Ringkasan Hasil Dapatan Kajian.....	323

SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 2.1	Model Aplikasi Pelantikan Ejen Takaful.....107
Rajah 2.2	Kerangka Konseptual Kajian Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful..... 130
Rajah 3.1	Model Pengukuran PLS-SEM bagi Kajian Rintis..... 186
Rajah 3.2	Model Hipotesis Kajian (Hubungan Secara Langsung)..... 191
Rajah 3.3	Model Hipotesis Kajian (Hubungan Secara Tidak Langsung)..... 192
Rajah 3.4	Model Spesifik Kajian.....201
Rajah 3.5	Tatacara Pelaksanaan Kajian.....214
Rajah 4.1	Analisis Sebelum Model Pengukuran Dilakukan.....231
Rajah 4.2	Penetapan Model Pengukuran dan Penilaian Pertama bagi mendapatkan Kesahan dan Kebolehpercayaan..... 234
Rajah 4.3	Model Hubungan Secara Langsung Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful menurut Perspektif Peserta Takaful..... 275
Rajah 4.4	Model Hubungan Secara Tidak Langsung Selepas Melalui Faktor Akhlak Ejen Takaful sebagai Pencelah..... 287

SENARAI SINGKATAN

IBFIM	Institut Perbankan dan Kewangan Islam Malaysia
KM	Kemahiran Memujuk
PKW	Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful
PKEP	Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful
KTPT	Kefahaman Ejen terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful
AET	Akhlak Ejen Takaful
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
PLS SEM	Partial Least Squares Structural Equation Modeling
BNM	Bank Negara Malaysia
MTA	<i>Malaysian Takaful Association</i>

PANDUAN TRANSLITERASI

HURUF RUMI	HURUF ARAB	HURUF RUMI	HURUF ARAB
t	ط	-	ـ
z	ظ	b	ب
'	ع	t	ت
gh	غ	th	ث
f	ف	j	ج
q	ق	h	ح
k	ك	kh	خ
l	ل	d	د
m	م	dh	ذ
n	ن	r	ر
w	و	z	ز
h	هـ	s	س
'	هـ	sy	ش
y	ي	ş	ص
t	ة	d	ذ

PENDEK		PANJANG		DIFTONG	
a	َ	ā	آ	ay	أَيَّ
i	ِ	ī	إِيَّ	aw	أَوْ
u	ُ	ū	أُوَّ		

Sumber: *Pedoman Transliterasi Huruf Arab Ke Rumi*, Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) (1992)

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran A	Borang Soal Selidik (Kajian Akademik)
Lampiran B	Analisis Data Hilang (<i>Missing Data</i>)
Lampiran C	Ujian Normaliti (SPSS)
Lampiran D	Profil Demografi Responden
Lampiran E	Analisis T-Test dan ANOVA
Lampiran F	Analisis Hubungan Secara Tidak Langsung

GELAGAT ETIKA KERJA EJEN TAKAFUL MENURUT PERSPEKTIF PESERTA TAKAFUL

ABSTRAK

Perspektif peserta takaful ke atas ejen takaful penting bagi memastikan peserta takaful mempunyai kepercayaan, kesetiaan dan kepuasan terhadap perkhidmatan ejen takaful. Namun begitu, dalam menjalankan tugas sebagai ejen takaful, timbul isu berkaitan gelagat etika kerja ejen takaful semasa berurusan dan berkomunikasi dengan peserta takaful seperti memberikan maklumat yang tidak benar berkaitan produk takaful, tidak memahami keperluan peserta takaful, penjelasan berkaitan dengan produk takaful yang salah dan penangguhan urusan tuntutan. Sepatutnya ejen takaful perlu mempunyai etika kerja yang baik seperti memberikan khidmat nasihat dan cadangan produk takaful yang bersesuaian dengan keperluan peserta takaful. Amalan dalam pemasaran industri takaful memerlukan ejen takaful untuk mempromosikan dan memasarkan produk takaful kepada orang ramai. Ejen takaful ditugaskan sebagai wakil kepada pengendali takaful untuk menguruskan prosedur penyertaan pelan takaful serta berperanan dalam memberikan maklumat yang telus dan jelas kepada peserta takaful. Sehubungan itu, kajian ini ingin melihat daripada sudut perspektif peserta takaful kerana ejen takaful yang mengamalkan etika kerja yang baik dapat mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan peserta takaful. Oleh itu, timbul persoalan, apakah gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful? Apakah faktor yang signifikan dalam mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful? Bagaimanakah gelagat etika kerja ejen takaful memberi kesan kepada peserta takaful? Bagi menjawab

persoalan-persoalan ini, kajian ini mempunyai tiga objektif. Pertama, mengenal pasti gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Kedua, menganalisis gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Ketiga, merumuskan gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Kajian ini dijalankan dengan mengedarkan borang soalan selidik kepada 397 orang responden yang menyertai pelan takaful. Data dikumpul dan dianalisis dengan menggunakan perisian SPSS versi 26 dan SMART-PLS versi 3.3.3. Kajian ini mendapati lima faktor dilihat mempunyai hubungan signifikan secara langsung terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Lima faktor tersebut ialah kemahiran memujuk, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful, pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful, kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful dan akhir sekali adalah akhlak ejen takaful. Analisis hubungan secara tidak langsung pula mendapati hanya pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dan kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful sahaja didapati signifikan. Hal ini membuktikan faktor pencelah akhlak ejen takaful telah memberikan kekuatan secara separa pencelah atau separa perantaraan terhadap model gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Kajian ini memperlihatkan keperluan untuk ejen takaful mempunyai kefahaman berkaitan konsep dan produk takaful serta mengesyorkan produk takaful mengikut kesesuaian dan keperluan kehidupan peserta takaful.

WORK ETHIC BEHAVIOR OF TAKAFUL AGENT ACCORDING TO THE TAKAFUL PARTICIPANT'S PERSPECTIVE

ABSTRACT

The perspective of takaful participants towards takaful agents is important to ensure that takaful participants have trust, loyalty, and satisfaction with the services of takaful agents. However, in carrying out their duties as takaful agents, issues arise regarding takaful agents' work ethic behaviour while dealing and communicating with takaful participants, such as providing false information about takaful products, failing to understand takaful participants' needs, providing incorrect explanations about takaful products, and causing a delay in claim affairs. Supposedly, takaful agents should demonstrate good work ethics such as providing advice service and suggestions of takaful products that best suit takaful participants' needs. The practices in the marketing of takaful industry require takaful agents to promote and market takaful products to people. Takaful agents are assigned to serve as the representatives of takaful operators to be in charge of the procedures of takaful plan participation and take a role in providing transparent and intelligible information to takaful participants. In relation to that, this study seeks to understand the perspectives of takaful participants, as takaful agents who practice good work ethics might impact their satisfaction, trust, and loyalty. Hence, it comes to the question, what are takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives? What are the significant factors influencing takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives? How do takaful agents' work ethic behaviour impact takaful participants? In order to answer these questions, this study highlights three objectives. First, to identify takaful agents' work ethic behaviour according to

takaful participants' perspectives. Second, to analyse takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives. Third, to conclude takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives. This study was conducted by distributing questionnaires to 397 respondents participating in the takaful plans. The data were obtained and analysed by using the SPSS version 26 and SMART-PLS version 3.3.3 software. The findings of this study discovered that there are five factors indicating a direct significant relationship with takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives. The five factors are persuasion skills, product recommendation based on takaful participants' financial level, product recommendation based on takaful participants' needs, takaful agents' comprehension of takaful concepts and products, and lastly, takaful agents' attitude. On the other hand, the analysis of indirect relationship found that only product recommendation based on takaful participants' needs and takaful agents' comprehension of takaful concepts and products were significant. This proves that the mediator factor of takaful agents' attitude strengthens as a partial mediator or partial intermediator in the model of takaful agents' work ethic behaviour according to takaful participants' perspectives. This study indicates the need for takaful agents to acquire the comprehension of takaful concepts and products and to recommend appropriate takaful products based on takaful participants' needs.

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Kajian ini secara umumnya dilakukan bertujuan untuk mengenal pasti gelagat ejen takaful terhadap peserta takaful di Malaysia. Secara lebih khusus, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti, menganalisis dan merumuskan gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful di Malaysia. Kajian ke atas gelagat ejen takaful dilakukan kerana ejen takaful merupakan orang tengah antara syarikat takaful dan peserta takaful. Ejen takaful memainkan peranan penting dalam menjaga hubungannya dengan peserta takaful yang berada di bawah kebajikannya.

Bab ini membincangkan dengan lebih terperinci tentang kajian yang dilakukan. Bahagian pengenalan iaitu bab pertama membincangkan tentang latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif dan persoalan kajian, definisi operasional kajian, skop dan batasan kajian, kepentingan kajian dan diakhiri dengan organisasi kajian.

Pada bahagian latar belakang, perkara yang dibincangkan adalah berkaitan perkembangan sistem takaful pada zaman Rasulullah SAW, perkembangan syarikat takaful dan ejen takaful.

1.2 Latar belakang kajian

Istilah “Takaful” adalah berasal daripada kata kerja bahasa Arab iaitu *kafala*. *Kafala* bermaksud menjaga atau menjamin keperluan seseorang. Ia ditakrifkan sebagai “Takaful” apabila wujudnya persetujuan dan permuafakatan antara dua pihak yang bersetuju untuk saling menjamin antara satu sama lain sekiranya berlaku sebarang kerugian disebabkan bencana atau musibah (Asyraf Wajdi Dusuki & Mohammad Mahbubi Ali, 2018; IBFIM, 2012, p. 46). Menurut Mohd Fadzli Yusof (1996), takaful boleh digambarkan sebagai suatu pakatan antara ahli-ahli atau peserta kumpulan orang yang masing-masing bersetuju serta mengaku janji untuk saling jamin-menjamin dan lindung-melindungi antara satu sama lain daripada kehilangan atau kerugian akibat ditimpa oleh perkara-perkara yang tidak diingini.

Tujuan utama takaful adalah saling bekerjasama antara dua pihak iaitu satu pihak yang tidak ditimpa musibah akan menawarkan perlindungan kepada pihak yang ditimpa musibah (Permata Hastuti & Milla Fitri, 2016, p. 135). Konsep takaful adalah berdasarkan perpaduan, tanggungjawab bersama dan persaudaraan dalam kalangan ahli. Oleh itu, takaful boleh ditakrifkan sebagai tindakan sekumpulan individu yang berhasrat untuk saling menjamin antara satu sama lain dalam kumpulan tersebut dari kerugian atau kerosakan yang mungkin menimpa ke atas salah seorang daripada mereka (IBFIM, 2012, p. 47).

Menurut Mohd Fadzli Yusof (1996), pembentukan dan perniagaan takaful ini muncul didorong oleh beberapa sebab. Pertama, pada zaman sekarang orang Islam sudah mula ingin mengamalkan ajaran dan peraturan Islam sepenuhnya dalam kehidupan mereka. Mohamad Yazid Isa et al., (2017) turut menyatakan bahawa

orang Islam ingin menjalankan urusan seharian mereka mengikut ajaran Islam, oleh sebab itu mereka menginginkan sistem perlindungan yang patuh syariah iaitu sistem takaful. Pembentukan sistem takaful dan operasi perniagaan takaful telah menyebabkan masyarakat Melayu mula berpindah daripada insurans konvensional kepada takaful Islam.

Kedua, orang Islam mahukan sistem kewangan yang bersesuaian dengan ajaran dan kehendak agama dipraktikkan dalam kehidupan bagi membina ekonomi Islam yang lengkap untuk ummah. Ketiga, perlindungan takaful telah menjadi keperluan kepada setiap urusan produk dalam urusan bank-bank Islam. Ia dilihat amat sesuai jika semua urusan bank dapat dilindungi oleh takaful yang berasaskan hukum-hukum Islam.

Selain sebab-sebab yang telah disebutkan, sebab lain yang membawa kepada pertumbuhan dan perkembangan industri takaful di Malaysia adalah kerana operasi perniagaannya yang patuh syariah dan selaras dengan tuntutan agama Islam (Mohamad Yazid Isa et al., 2017). Kini, setiap syarikat takaful telah menawarkan dua produk takaful yang utama iaitu takaful keluarga dan takaful am (Asmak Ab Rahman et al., 2011; Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012).

1.2.1 Perkembangan Sistem Takaful pada Zaman Rasulullah SAW

Sistem takaful atau konsep yang berasaskan perlindungan ini sebenarnya bermula sebelum kedatangan Islam lagi (Mohd Fauzi Abu@Hussin & Kamaruzaman Noordin, 2008). Golongan masyarakat zaman silam yang pertama mempraktikkan

konsep perlindungan insurans ini adalah pedagang-pedagang Arab yang telah melaksanakannya sebelum kedatangan Islam (Mohd Fadzli Yusof, 1996; Mohd Fauzi Abu@Hussin & Kamaruzaman Noordin, 2008). Mereka berdagang dengan merentasi padang pasir, membawa barang dagangan menggunakan unta, mengembara dari sebuah negeri ke sebuah negeri secara kumpulan atau kafilah. Sepanjang menjalankan urusan perniagaan ini, mereka sentiasa terdedah kepada sebarang kemungkinan yang berlaku ke atas diri mereka seperti rompakan, ribut padang pasir, pembunuhan dan sebagainya. Jika situasi ini menimpa mereka, bukan sahaja berlaku kerugian dan kehilangan barang dagangan, malah juga boleh mendatangkan ancaman kepada nyawa pedagang-pedagang Arab tersebut.

Oleh itu, bagi menangani kemungkinan masalah yang akan berlaku, pedagang-pedagang Arab tersebut berpakat untuk membuat pembahagian barang dagangan kepada setiap kafilah dan beberapa ekor unta untuk membawa barang dagangan tersebut. Jika ditakdirkan berlaku sesuatu musibah ke atas salah seorang daripada kafilah mereka atau unta yang digunakan itu, kerugian dan kehilangan yang mungkin mereka alami hanyalah sekadar terhadap kepada kafilah atau unta yang malang itu sahaja (Mohd Fadzli Yusof, 1996; Mohd Fauzi Abu@Hussin & Kamaruzaman Noordin, 2008).

Namun begitu, setelah kedatangan Islam dan penghijrahan Rasulullah SAW ke Madinah, Nabi SAW kemudiannya telah membina kerajaan Islam di Madinah. Nabi SAW mengekalkan beberapa sistem yang tidak melanggar syariat Islam yang telah lama diamalkan oleh masyarakat Arab sebelum ini. Sistem yang dikekalkan oleh Nabi SAW ialah sistem *al-‘āqilat*, *al-qasāmat* dan *muwālāt*. *Al-‘āqilat* ialah

kutipan derma daripada saudara-mara seseorang yang telah melakukan pembunuhan untuk membayar ganti rugi bagi sesuatu pembunuhan yang berlaku (Mohd Fauzi Abu@Hussin & Kamaruzaman Nordin, 2008). Sistem *al-‘āqilat* adalah berteraskan konsep saling bertanggungjawab dalam kalangan ahlinya. Di bawah sistem ini, setiap ahli bersetuju mewujudkan tabung atau kumpulan wang yang dipanggil sebagai *al-kanz*. Semua dana dan caruman yang diberikan oleh setiap ahli mengikut tempoh yang dipersetujui bersama perlu dimasukkan ke dalam tabung tersebut. Salah satu tujuan tabung ini diwujudkan adalah untuk menyediakan bayaran sebagai bantuan untuk menolong ahli yang terlibat dengan pembunuhan secara tidak sengaja atau untuk menebus tawanan perang Muslimin daripada musuh (Mohd Ma'sum Billah, 2003).

Sistem *al-qasāmat* pula berhubung dengan sumpah yang dilafazkan oleh ahli keluarga yang mendakwa berlaku pembunuhan terhadap ahli keluarga mereka tetapi mereka tidak mempunyai bukti dan keterangan saksi yang layak untuk mengenal pasti pembunuhnya (Nazwatika Maulidhiya et al., 2024).

Al-muwālāt (jaminan) pula merupakan bentuk perjanjian jaminan iaitu penjamin akan menjamin individu yang tidak mempunyai waris. Penjamin bersetuju membayar *diyat* (denda atau tebusan) jika orang yang dijamin itu melakukan jenayah. Amalan sebegini dapat dilihat dalam masyarakat hari ini terutama di kawasan kampung. Mereka saling membantu dan bekerjasama melalui pelaksanaan tabung khairat kematian (Mohd Fadzli Yusof, 1996).

Selain sistem-sistem yang telah disenaraikan sebentar tadi, dalam sistem takaful juga, ditekankan kepada konsep *tabarru'*. Konsep *tabarru'* merupakan ciri yang amat penting dalam sistem takaful kerana ia merupakan landasan syariah dalam perjanjian takaful (Joni Tamkin Borhan, 2008). Istilah *tabarru'* merujuk kepada derma atau sumbangan secara sukarela yang dibuat oleh peserta takaful (Devi, 2024). Menurut Muhamad Fazil Ahmad (2021) pula, *tabarru'* ialah perkataan Arab yang bermaksud derma atau hadiah. Dana *tabarru'* kemudiannya akan diuruskan oleh pengendali takaful dan seterusnya dana tersebut digunakan untuk membantu peserta takaful sekiranya berlaku sebarang kerugian atau musibah (Suriadi Uddin et al., 2024). Joni Tamkin Borhan (2008) dan Mohd Sadad Mahmud dan Radiah Abd Kader (2012) menyimpulkan bahawa *tabarru'* ialah seseorang yang membuat kebajikan atau memberi sesuatu dengan seikhlas hati dengan tujuan untuk berbakti dan membantu mereka yang memerlukan. Dalam sistem takaful, para peserta yang telah memeteraikan perjanjian bersetuju untuk memberikan sebahagian dengan kadar yang tertentu daripada caruman takaful mereka. Para peserta perlu untuk berbuat demikian bagi memenuhi tanggungjawab dalam konsep takaful supaya caruman itu dapat didermakan kepada peserta yang ditimpa musibah atau tragedi seperti kematian, bencana, dan malapetaka (Joni Tamkin Borhan, 2008; Muhammad Hisyam Mohamad, 2008).

Konsep *tabarru'* ini sebenarnya selaras dengan tuntutan agama dalam menderma dengan tujuan untuk membantu individu yang berada dalam kesusahan. Tuntutan ini jelas terdapat dalam al-Qur'an, sebagaimana dalam firman Allah SWT yang bermaksud;

“Bandingan (derma) orang yang membelanjakan hartanya pada jalan Allah ialah sama seperti sebiji benih yang tumbuh menerbitkan tujuh tangkai; tiap-tiap tangkai itu pula mengandungi seratus biji. Dan (ingatlah) Allah akan melipatgandakan pahala bagi sesiapa yang dikehendakiNya, dan Allah Maha Luas (rahmat) kurniaNya, lagi meliputi ilmu pengetahuanNya.” (al-Baqarat, 2:261).

Surah al-Baqarat yang diturunkan di Madinah ini merupakan permissalan yang dibuat Allah SWT untuk menggambarkan pahala yang berlipat kali ganda bagi orang yang berinfaq dan membelanjakan hartanya di jalan Allah (Ibn Kathir, 2019c). Muhamad Fazil Ahmad (2021) menyatakan bahawa sumbangan ikhlas dan derma yang telah dilakukan oleh peserta takaful bukan sahaja membolehkan dirinya dan peserta takaful yang lain dilindungi, malah mereka akan mendapat ganjaran di akhirat kelak. Muhamad Fazil Ahmad (2021) juga melihat maksud surah al-Baqarat ini sesuai untuk diadaptasi dalam konsep *tabarru'* iaitu galakan dalam menderma dengan tujuan untuk membantu seseorang yang berada dalam kesusahan akan mendapat pahala disisiNya dan amat digalakkan di dalam Islam. Mohd Sadad Mahmud dan Radiah Abd Kader (2012) telah menyatakan bahawa dalam konteks perniagaan takaful, wang yang didermakan oleh setiap peserta takaful hanya akan digunakan untuk manfaat dan membantu rakan peserta yang lain jika mereka ditimpa musibah.

1.2.2 Perkembangan Syarikat Takaful

Perkembangan syarikat takaful telah bermula di Asia Barat dan Asia Tenggara. Contohnya di Asia Barat iaitu di Sudan, tertubuhnya Syarikat Insurans Islam Sudan pada tahun 1979. Syarikat ini merupakan syarikat pertama tertubuh di Asia Barat (IBFIM, 2010, p. 43; Mohd Fadzli Yusof, 1996). Pada tahun yang sama

juga, Syarikat takaful di Asia Barat terus berkembang apabila tertubuhnya Waqeya Takaful sebagai syarikat takaful kedua di Arab Saudi (Faisal Nazir Hussain & Azman Mohd Noor, 2018). Setelah tertubuhnya Syarikat Insurans Islam di Sudan dan Arab Saudi, maka pelbagai inisiatif dan langkah susulan yang telah dibuat khususnya negara-negara Islam dan negara-negara yang memiliki jumlah penduduk Islam yang ramai bagi memperkenalkan syarikat-syarikat insurans yang menawarkan insurans secara Islam atau takaful. Selain itu, sistem takaful juga telah mula beroperasi di Britain apabila tertubuhnya *Islamic Takaful Company* (Mohd Fauzi Abu @ Husin & Kamaruzaman Nordin, 2008).

Di Asia Tenggara pula, negara Malaysia, Brunei dan Indonesia merupakan antara negara yang terawal memiliki syarikat takaful. Perkembangan syarikat takaful di Malaysia bermula pada tahun 1985 dengan penubuhan Syarikat Takaful Malaysia Berhad (STMB) sebagai syarikat takaful pertama (Fairuz Ramli, 2021). Ia merupakan syarikat pelopor kepada syarikat-syarikat takaful yang ada di Malaysia sekarang. Di Brunei pula, Syarikat IBB Berhad merupakan penubuhan syarikat pertama di negara tersebut pada tahun 1993 manakala pada tahun 1994, negara Indonesia pula telah mula memperkenalkan syarikat takaful Islam pertama di negaranya yang dikenali sebagai Syarikat Takaful Indonesia (Mohd Fadzli Yusof, 1996). Menurut Mohd Fadzli Yusof (1996), Syarikat Takaful Indonesia telah berjaya diperbadankan hasil kerjasama teknikal daripada Syarikat Takaful Malaysia Berhad (STMB) yang pada ketika itu, STMB sudah mula bertapak di Malaysia pada Ogos 1985.

Industri takaful di Malaysia sudah semakin berkembang pesat selaras dengan perkembangan industri perbankan Islam (Mohd Sadad Mahmud & Wan Nurhayate Wan Daud, 2019). Kemunculannya sebagai instrumen perlindungan Islam merupakan alternatif terbaik kepada umat Islam untuk mengelakkan masyarakat daripada memiliki insurans (Aisyah Mustafa & Asmak Ab Rahman, 2015). Selaras dengan perkembangan industri takaful, syarikat pengendali takaful telah beroperasi di seluruh dunia sejak akhir 1970-an lagi (Mohd Fauzi Abu@Hussin & Kamaruzaman Nordin, 2008).

Kini, terdapat sebanyak 11 buah Syarikat Pengendali Takaful (SPT) yang aktif beroperasi di Malaysia. Senarai SPT yang aktif di Malaysia ialah AIA Public Takaful, AMMetLife Takaful, Etiqa Takaful, Great Eastern Takaful, Hong Leong MSIG Takaful, Prudential BSN Takaful, Sun Life Malaysia, Takaful Ikhlas, Syarikat Takaful Malaysia Berhad (STMB), FWD Takaful dan Zurich Takaful (Malaysian Takaful Association, 2025). Penyelidik meringkaskan bilangan syarikat takaful di dalam bentuk jadual seperti di bawah.

Jadual 1.1 Senarai Syarikat Takaful di Malaysia

Bilangan	Syarikat Takaful
1	AIA Public Takaful
2	AMMetLife Takaful
3	Etiqa Takaful
4	Great Eastern Takaful
5	Hong Leong MSIG Takaful
6	Prudential BSN Takaful
7	Sun Life Malaysia
8	Takaful Ikhlas
9	Syarikat Takaful Malaysia Berhad (STMB)
10	FWD Takaful
11	Zurich Takaful

(Sumber: Malaysian Takaful Association, 2025).

Jadual 1.1 menunjukkan syarikat-syarikat takaful yang berdaftar di Malaysia (Malaysian Takaful Association, 2025). Kesemua syarikat takaful ini menguruskan dana dan sumbangan yang disumbangkan oleh peserta takaful masing-masing dan setiap syarikat takaful menguruskan operasi takaful dengan menggunakan model sama ada wakalah, model mudarabah, model hibrid atau model Waqaf.

Umumnya, dalam menjalankan perniagaan takaful, syarikat takaful di Malaysia mengguna pakai model perniagaan takaful yang berasaskan model mudarabah dan wakalah (Saifudin, 2010). Contohnya, syarikat takaful pertama yang mengguna pakai model mudarabah di dalam menjalankan operasi takaful ialah Syarikat Takaful Malaysia Berhad (Laporan Tahunan STMB, 2009). Namun begitu, sejak penubuhannya yang hampir 20 tahun, bermula pada tahun 2009, Syarikat Takaful Malaysia Berhad turut sama menggunakan model wakalah bagi perniagaan takaful seperti yang diguna pakai oleh syarikat takaful yang lain (Saifudin, 2010).

Istilah wakalah dalam bahasa Arab bermaksud agensi (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012). Oleh itu, model wakalah juga disebut sebagai sistem agensi. Dalam konteks perniagaan takaful yang mengguna pakai model wakalah, ia menerangkan suatu perjanjian agensi antara syarikat pengendali yang bertindak sebagai ejen atau wakil kepada peserta yang menyertai syarikat takaful. Syarikat pengendali sebagai ejen kepada peserta untuk menguruskan penyertaan mereka dalam urus niaga pelbagai produk takaful yang disediakan oleh syarikat (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012). Sebagai balasan atas perkhidmatan yang diberikan oleh agensi, syarikat takaful boleh mengenakan yuran wakalah ke atas peserta untuk menguruskan Tabung Kumpulan Wang Takaful (IBFIM, 2010). Dalam model

wakalah ini syarikat takaful bertindak sebagai agensi kepada peserta, namun begitu, dalam menjalankan promosi produk-produk takaful, menerangkan pelan takaful, dan memberi khidmat nasihat kepada pengguna, syarikat takaful perlu melantik ejen sebagai wakil syarikat.

Ejen merupakan wakil kepada syarikat takaful dan tugas utamanya mempromosikan produk takaful yang dikeluarkan oleh syarikat takaful yang diwakilinya. Oleh itu, dalam menjalankan perniagaan sebagai syarikat pengendali takaful, mereka memerlukan ejen sebagai wakil syarikat untuk menarik pengguna menyertai takaful. Hal ini kerana, ejen takaful akan sentiasa berurus niaga dengan pengguna bagi mewakili syarikat takaful. Pada masa yang sama, ejen perlu bertanggungjawab kepada syarikat untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah diamanahkan. Oleh itu, bagi menjalankan tugas-tugas bagi pihak syarikat takaful, peranan ejen takaful dilihat amat penting.

1.2.3 Ejen Takaful

Setiap syarikat takaful melantik ejen-ejen takaful sebagai wakil yang dilantik oleh syarikat pengendali takaful itu sendiri untuk mempromosikan produk dan pelan perlindungan takaful kepada masyarakat. Di Malaysia, seramai 95,253 orang ejen yang berdaftar di bawah syarikat takaful masing-masing (Malaysian Takaful Association, 2023).

Dalam industri takaful Malaysia, pihak berkepentingan iaitu Bank Negara Malaysia (BNM) dan Malaysia Takaful Association (MTA) telah menggariskan

beberapa kod etika yang perlu dipatuhi oleh setiap ejen takaful. Contohnya, BNM menggariskan bahawa setiap ejen takaful perlu mempunyai nilai kejujuran yang tidak diragui seperti tidak melakukan penyelewengan wang pelanggan, tidak menjalankan perniagaan yang menipu, dan tindakan yang tidak adil dalam urusan ejen takaful dengan peserta takaful. Selain itu, MTA juga turut menyediakan beberapa kod etika yang perlu dituruti oleh ejen takaful. Pertama, ejen takaful perlu mencadangkan pelan atau skim takaful yang sesuai dengan keperluan peserta takaful. Kedua, ejen takaful perlu menyediakan perkhidmatan perundingan berdasarkan kepada kemahiran mereka. Ketiga, ejen takaful perlu berkomunikasi dengan peserta takaful dengan jujur dan adil. Keempat, ejen takaful tidak boleh memujuk peserta takaful supaya membatalkan pelan takaful yang sedia ada. Kelima, memberikan penerangan berkaitan produk takaful dengan jelas serta memastikan peserta takaful juga memahami sepenuhnya produk yang dicadangkan oleh peserta takaful. Keenam, ejen takaful perlu menyediakan maklumat yang tepat tanpa sebarang niat untuk menipu atau mengelirukan bakal peserta takaful. Akhir sekali, ejen takaful perlu mempunyai sifat jujur, adil, kebolehppercayaan, bertanggungjawab dan ketelusan.

Secara amnya, ejen takaful memainkan peranan yang sangat penting sebagai wakil barisan hadapan bagi syarikat takaful (Suriadi Uddin et al., 2024). Mereka bertanggungjawab dalam memberi perkhidmatan yang terbaik kepada peserta takaful terutama dalam menyampaikan maklumat berkaitan dengan manfaat dan maklumat produk takaful (Suriadi Uddin et al., 2024; Sangtani & Murshed, 2017). Ejen takaful bukan sahaja ditugaskan untuk mempromosikan produk takaful, tetapi mereka juga menawarkan perkhidmatan takaful (Ku Amir Ku Daud et al., 2021). Ejen bertanggungjawab untuk memberi bantuan kepada pelanggan mereka dalam semua

keadaan yang berkaitan dengan kesejahteraan kewangan dan menyebarkan pengetahuan tentang produk takaful kepada orang Islam dan bukan Islam (Syadiyah Abdul Shukor, 2020). Ejen takaful juga merupakan seseorang yang menjalankan perniagaan takaful atau memujuk pelanggan berpotensi untuk menandatangani kontrak takaful dengan pengendali takaful. Mereka juga dikenali sebagai broker takaful dan pengantara takaful (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012). Ejen takaful merupakan ejen sah yang dilesenkan di bawah Akta Takaful 1984 yang diberi kuasa oleh syarikat takaful untuk melaksanakan urusan pemasaran produk dan perkhidmatan takaful serta mengurus niaga dengan peserta bagi pihak syarikat takaful (IBFIM, 2010, p. 105).

Dalam konteks kajian ini, ikatan utama ejen takaful ialah hubungannya dengan peserta takaful. Berdasarkan kepada statistik perkembangan dan penerimaan perkhidmatan takaful, kajian Makki dan Faleel (2021) mendapati bahawa peranan ejen takaful dipercayai memberi pengaruh kepada keputusan pelanggan untuk menyertai takaful atau pun tidak. Oleh itu, ejen takaful perlu mengekalkan kualiti hubungan yang baik dengan peserta takaful dan memberikan layanan mesra serta maklumat yang telus kepada peserta takaful agar peserta takaful yakin dengan perkhidmatan yang diberikan oleh syarikat takaful (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012). Lantaran itu, ejen takaful perlu mempunyai pengetahuan dan berkemahiran dalam menerangkan produk takaful supaya mereka dapat mengesyorkan produk perlindungan takaful berdasarkan keperluan peserta takaful.

Semua ejen takaful menjadi wakil kepada syarikat takaful yang disertai dan mereka menjadi nadi kepada masyarakat untuk mempromosikan produk takaful bagi

pihak syarikat takaful. Selain itu, ejen takaful juga perlu menerangkan ciri-ciri produk dan pelan perlindungan takaful kepada bakal peserta yang berpotensi untuk menjadi peserta takaful. Berbeza dengan konvensional, setiap ejen takaful perlu bertanggungjawab sebagai seorang Islam dalam menjalankan peranan sebagai seorang ejen. Mereka haruslah mempunyai beberapa sifat yang selaras dengan Islam. Menurut IBFIM (2010), sifat-sifat baik yang harus diterapkan sebagai ejen takaful adalah bersifat benar, amanah, bijaksana, sabar, dedikasi dan sifat menyampaikan.

Ejen takaful juga sebenarnya boleh dianalogikan sebagai menjalankan sebahagian daripada tugas-tugas khalifah. Khalifah yang dimaksudkan dalam konteks kajian ini ialah pemimpin. Ejen takaful sebenarnya menjadi pemimpin kepada setiap peserta yang berada di bawah kebajikannya. Mereka seharusnya menjadi pemimpin yang membantu dan mendidik peserta takaful berkaitan bidang kewangan. Mereka jugalah yang akan membuka fikiran peserta takaful dan menerangkan secara terperinci berkaitan pelan takaful kepada peserta takaful.

Namun begitu, dalam menerapkan nilai-nilai yang baik dalam diri ejen takaful, mereka juga memiliki gelagat mereka yang tersendiri. Berkemungkinan ejen takaful melakukan beberapa kesalahan semasa berurusan dengan peserta takaful. Contohnya, ejen takaful tidak memaklumkan tentang penyakit yang dihadapi oleh peserta di dalam borang permohonan takaful kad perubatan (Afyan Mat Rawi, 2018). Menurut Wan Noor Ezureen Wan Zawawi et al. (2022), semakan statistik yang dijalankan antara 2011 dan 2021 menunjukkan sebanyak 33% kajian mengenai gelagat beretika adalah berkaitan dengan bidang takaful.

Setiap manusia mempunyai gelagat yang tersendiri, begitu juga dengan ejen takaful. Ejen takaful juga seperti manusia lain dan mempunyai pelbagai ragam dan gelagat. Menurut Kopcke et al. (2004), otak manusia berpotensi untuk menyelesaikan masalah sosial yang rumit. Apabila seseorang individu berhadapan dengan masalah sosial yang rumit, gelagat seseorang individu tersebut akan berubah apabila keadaan persekitarannya berubah. Menurut mereka lagi, manusia berupaya dan berani untuk melibatkan diri dalam situasi sosial yang rumit.

Menurut perspektif Islam pula, gelagat yang paling penting ialah mencari keredaan Allah SWT (Siti Khalilah Basarud-Din & Azizi Abu Bakar, 2019). Manusia dituntut untuk bergelagat mulia dan meninggalkan segala perkara keji dan ditegah Allah SWT. Nor Nazimi Mohd Mustaffa dan Amnah Saayah Ismail (2020) melihat gelagat sebagai suatu aspek kehidupan manusia sama ada hubungan dengan Allah SWT serta hubungan sesama manusia. Nor Nazimi Mohd Mustaffa dan Amnah Saayah Ismail (2020) menyifatkan gelagat sebahagian daripada agama kerana gelagat beragama dapat menggambarkan kehidupan beragama dan kesedaran beragama seseorang. Secara mudahnya, gelagat merupakan suatu perbuatan atau aktiviti zahir yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan keyakinannya terhadap Tuhan dan juga agama yang dianutinya.

Muhammad Akram Khan (1994) pula melihat gelagat sebagai satu perbuatan yang amat dipengaruhi oleh pertimbangan kesederhanaan dan juga kebajikan, bukannya bertindak tanpa batasan. Al-Fārūqī (1992) pula menyatakan bahawa dalam membina teori gelagat pengguna Muslim, motif teori pengguna Islam adalah untuk meramalkan tingkah laku seseorang individu dalam kerangka norma Islam. Ia

mendorong individu untuk bertingkah laku berdasarkan keperluan sebenar. Mohammad Zulfakhairi Mokhtar (2015) pula menyatakan bahawa tingkah laku berteraskan Islam bermula dalam hati sebagai tempat berlakunya niat dan mengawal segala gelagat atau tingkah laku individu. Tiga elemen yang akan membentuk niat dalam gelagat iaitu ilmu, kehendak dan kemampuan. Menurut beliau lagi, manusia akan bertingkah laku sekiranya mereka mempunyai ilmu tentang perkara tersebut, kehendak dan kemampuan.

Seseorang individu yang merancang, yang berkeinginan dan yang mempunyai harapan tentang sesuatu perkara yang berpaksikan kepada niat yang baik, sudah pasti akan dijemakan ke dalam bentuk tindakan dan amal perbuatan yang baik. Begitu juga dalam konteks ejen takaful. Jika seseorang ejen mempunyai sifat yang baik dan mempunyai niat baik untuk menolong pengguna dalam memilih pelan takaful yang sesuai, maka seseorang ejen takaful akan menjalankan tanggungjawab mereka sebagai ejen takaful dengan penuh amanah, sabar, dan berdedikasi.

Sepatutnya, seseorang ejen tidak seharusnya mempunyai sikap seperti yang disebutkan ini kerana peranan mereka sebagai orang tengah sangatlah penting. Ejen takaful seharusnya membantu pelanggan untuk mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan maklumat berkenaan produk dan perkhidmatan takaful. Jika hal sebaliknya berlaku, perkara ini akan mendatangkan tanggapan buruk pengguna terhadap syarikat takaful yang disertai mereka.

Dalam menguruskan perniagaan takaful, peserta atau pengguna takaful boleh dikatakan pihak yang memberi kepentingan kepada syarikat. Hal ini kerana, operasi

perniagaan syarikat takaful tidak akan berlaku sekiranya tiada pengguna atau peserta yang menyertai syarikat takaful tersebut. Misalnya apabila sesebuah syarikat takaful menggunakan model wakalah sebagai model perniagaan mereka, syarikat takaful memperoleh pendapatan dari yuran wakalah yang diperolehi melalui sumbangan yang didermakan oleh peserta (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012). Jadi, jika tiada peserta atau pengguna yang menyertai syarikat takaful, maka perniagaan takaful secara model wakalah ini tidak dapat dijalankan. Melihat kepada keadaan ini menunjukkan bahawa pengguna atau peserta juga merupakan pihak yang memberi kepentingan kepada syarikat.

Oleh itu, peranan seseorang ejen supaya dapat mengekalkan peserta takaful sangatlah penting dengan menunjukkan gelagat-gelagat yang baik kepada pengguna. Jika mereka tidak telus dalam menjalankan tugas sebagai seorang ejen, tidak mustahil peserta takaful bertindak untuk meninggalkan atau membatalkan sijil takaful di syarikat takaful yang disertainya.

1.3 Pernyataan Masalah

Industri takaful sudah lama bertapak di Malaysia sejak penubuhan Syarikat Takaful Malaysia Berhad (STMB) pada tahun 1984 lagi. Kadar penembusan takaful khususnya takaful keluarga menunjukkan pertumbuhan yang semakin baik. Data daripada *Malaysia Takaful Association* (MTA) menunjukkan kadar penembusan 14.0 peratus pada tahun 2013; 14.3 peratus pada tahun 2014; 14.7 peratus pada tahun 2015; 14.6 peratus pada tahun 2016, pada tahun 2017 pula ialah sebanyak 14.8 peratus dan meningkat kepada 15 peratus pada tahun 2018. Menurut MTA lagi,

pada tahun 2020, kadar penembusan takaful meningkat kepada 16.9 peratus dan terus meningkat kepada 18.6 peratus pada 2021 (BERNAMA, 13 Jun 2023). Pada tahun 2024 pula, kadar penembusan takaful adalah sebanyak 20 peratus dan ia dijangka terus berkembang pesat dan meningkat kepada 40 peratus menjelang tahun 2027 (Mohd Khairi & Ishak Amri, 2024).

Kadar penembusan takaful yang semakin baik memberi gambaran bahawa semakin ramai peserta takaful telah menyertai polisi takaful. Namun begitu, sebelum peserta takaful mengambil keputusan untuk menyertai takaful, mereka perlu mempunyai kefahaman tentang konsep serta cara syarikat takaful mengendalikan skim takaful. Dalam hal ini, faktor ejen takaful memainkan peranan penting dalam menjelaskan konsep dan manfaat takaful kepada peserta takaful (Naail Mohammed Kamil & Norsham Mat Nor, 2014). Pengesyoran daripada ejen takaful amat penting dalam mempengaruhi keputusan individu sama ada untuk menyertai takaful atau pun tidak (Deni, 2014; Eng Ling, 2012; Suhaiza Hanim Mohamad Zailani et al., 2004; dan Mohd Amy Azhar Mohd Harif & Suzieliana Ibrahim, 2003). Faktor pengesyoran daripada ejen takaful boleh membuatkan peserta takaful tertarik atau tidak untuk menyertai skim takaful. Jika ejen takaful mengesyorkan produk takaful yang bertepatan dengan kesesuaian hidup dan keperluan peserta takaful, ia mendorong peserta takaful menyertai skim takaful dengan sukarela dan bukannya dengan paksaan (Ku Amir Ku Daud et al., 2021). Penyelidik menyimpulkan bahawa pengesyoran daripada ejen takaful merupakan aspek penting dalam mempengaruhi pengguna untuk menyertai takaful.

Pengguna yang berhasrat untuk menyertai takaful perlu berurus niaga dengan ejen takaful kerana mereka merupakan orang tengah bagi syarikat takaful. Setiap syarikat takaful memerlukan wakil untuk menjalankan tugas bagi pihak syarikat dan wakil tersebut dikenali sebagai ejen takaful. Ejen takaful perlu bertanggungjawab kepada tugas-tugas yang telah diamanahkan oleh syarikat takaful. Tugas-tugas yang perlu dilakukan oleh seseorang ejen antaranya mempromosikan produk dan pelan takaful, menerangkan ciri-ciri produk takaful kepada bakal pelanggan, dan memberi perkhidmatan berkaitan pengeluaran, pembaharuan atau kesinambungan sijil takaful (Ahmad Mazlan Zulkifli et al., 2012).

Dalam menjalankan tugas-tugas yang sepatutnya dilakukan oleh ejen takaful, mereka juga sepatutnya menerapkan akhlak yang baik sebagai seorang peniaga yang beretika. Akhlak yang baik bukan sahaja mencerminkan keperibadian seseorang, tetapi juga dapat membezakan antara ejen takaful yang berpegang teguh kepada prinsip Islam atau tidak (Huda Hakim, 2021). Seorang ejen takaful yang memiliki akhlak yang mulia akan menonjolkan ciri-ciri seperti jujur, amanah, berintegriti dan bertanggungjawab (Norlela Kamaluddin, 2018). Aspek akhlak penting dalam bidang takaful kerana kepercayaan pelanggan ialah aset yang sangat bernilai (Fatin Syazana, 2021). Ejen takaful yang mempunyai akhlak yang baik dapat memastikan bahawa mereka memberikan perkhidmatan yang adil dan sentiasa mengutamakan kepentingan pelanggan serta menjauhi amalan yang tidak beretika. Menurut Huda Hakim (2021), kejayaan seorang ejen takaful bukan sahaja diukur daripada pencapaian duniawi seperti keuntungan atau jumlah pelanggan, tetapi juga diukur daripada kejayaan di akhirat. Oleh itu, dapat dikatakan bahawa akhlak yang baik merupakan elemen utama yang perlu dimiliki oleh setiap ejen takaful.

Namun begitu, dalam menjalankan tugas sebagai ejen takaful, terdapat empat perkara utama yang mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful. Pertama, cenderung untuk belajar tentang cara *close sale*¹ berbanding dengan cara untuk memberi nasihat dan panduan kepada pelanggan (Afyan Mat Rawi, 2017). Kedua, ejen takaful memberikan maklumat yang kurang tepat, penipuan, tuntutan tanpa bayaran dan penamatan polisi secara tidak adil (Bewardhana dan Buddhika, 2022). Ketiga ialah sasaran jualan dan keempat ialah persaingan.

Isu pertama yang timbul dalam kalangan ejen takaful adalah mereka cenderung untuk belajar tentang cara untuk *close sale* berbanding dengan cara untuk memberi khidmat nasihat, bantuan dan panduan kepada pelanggan untuk melanggan polisi takaful dengan betul (Afyan Mat Rawi, 2017). Ejen takaful yang cenderung untuk belajar cara *close sale* kerana bagi setiap penyertaan peserta takaful yang berjaya diperolehi oleh ejen takaful, mereka akan dibayar komisen oleh pihak syarikat takaful (Nik Asma' Adawiyah Nik Din, 2019). Oleh sebab itu, ejen takaful lebih cenderung untuk belajar cara *close sale* berbanding menawarkan khidmat nasihat berkaitan pelan kewangan takaful yang bersesuaian kepada peserta takaful. Antara isu gelagat etika kerja yang dikaitkan dengan ejen takaful ialah situasi yang melibatkan kad perubatan. Ada di antara ejen takaful yang tidak memaklumkan perihal penyakit yang dihadapi oleh peserta takaful di dalam borang permohonan takaful kad perubatan. Apabila peserta takaful ditimpa penyakit tersebut dan perlu mendapat rawatan di hospital, peserta takaful tersebut tidak mendapat tuntutan

¹ Menurut Asir Rahmat (2023), *close sale* boleh dilihat daripada dua aspek. Pertama, *close sale* daripada aspek keadaan, bermaksud satu keadaan pelanggan bersetuju untuk membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh jurujual. Kedua, *close sale* bermaksud perbuatan jurujual yang cuba untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh jurujual.

daripada pihak syarikat takaful. Disebabkan hal tersebut, timbul satu isu iaitu isu “*non-disclosure fact*” atau ketidak-dedahan maklumat (Afyani Mat Rawi, 2017).

Jika peserta yang ingin memohon takaful tetapi mempunyai tahap kesihatan yang tidak memuaskan, ejen sepatutnya memaklumkan penyakit yang dihadapi oleh peserta di dalam borang permohonan takaful, dan pada masa yang sama ejen juga perlu memaklumkan perihal tersebut kepada syarikat untuk disimpan sebagai rekod peserta (Afyani Mat Rawi, 2017). Namun begitu, ejen bertindak untuk tidak memaklumkan perkara tersebut kepada syarikat. Ejen bertindak sedemikian semata-mata untuk mendapatkan pelanggan dan cenderung untuk *close sale*. Situasi ini jelas menunjukkan ejen telah bergelagat yang tidak beretika kepada peserta takaful. Gelagat ejen takaful yang tidak beretika tersebut telah memberi kesan kepada kesetiaan dan kepercayaan peserta takaful serta memberikan tanggapan buruk terhadap kredibiliti ejen takaful dalam menguruskan kewangan peserta takaful (Anis Nadhirah Nor Mukshar et al., 2023)

Isu kedua yang melibatkan gelagat etika kerja ejen takaful ialah mereka memberikan maklumat yang kurang tepat, penipuan, tuntutan tanpa bayaran dan penamatan polisi secara tidak adil (Abewardhana & Buddhika, 2022). Ejen takaful bukan sahaja memberikan maklumat palsu kepada pelanggan, malah ada dalam kalangan ejen takaful yang tidak tahu cara untuk memberikan penerangan berkaitan produk takaful yang ditawarkan dan tidak memahami keperluan pengguna (Nor Aziza Abdul Aziz et al., 2016). Anis Nadhirah Nor Mukshar et al. (2023) turut mendapati bahawa terdapat ejen takaful yang menyampaikan maklumat yang salah kepada peserta takaful serta memalsukan dokumen peserta takaful dan menggunakan

maklumat peserta untuk kepentingan peribadi. Secara tidak langsung, ejen takaful telah menyalahi etika kerja sebagai seorang ejen takaful. Terdapat juga ejen takaful yang berani untuk menipu semata-mata untuk mendapatkan pelanggan serta sanggup meyakinkan peserta takaful untuk memilih produk yang bukan menjadi keperluan mereka (Afyan Mat Rawi, 2017).

Isu yang ketiga ialah ejen takaful mempunyai fokus utama untuk mencapai kadar jualan tertinggi dan bukannya fokus kepada memberi kesedaran dan kefahaman kepada pengguna berkenaan kepentingan produk takaful. Isu ini timbul kerana pihak syarikat takaful menawarkan bonus dan insentif tambahan kepada ejen takaful sekiranya mereka berjaya mencapai sasaran jualan yang ditetapkan oleh pihak syarikat (Nik Asma' Adawiyah Nik Din, 2019). Taek Yi et al. (2012) menyatakan bahawa semakin tinggi tekanan yang di alami oleh ejen untuk mencapai sasaran jualan, maka kebarangkalian ejen untuk bergelagat tidak beretika adalah tinggi. Nor Aziza Abdul Aziz et al. (2016) turut menyokong kajian Taek Yi et al. (2012). Menurut mereka, ejen takaful yang terlalu fokus untuk mencapai sasaran jualan boleh menyebabkan berlakunya gelagat yang tidak beretika. Kajian ini juga mendedahkan bahawa gelagat yang tidak beretika sangat jelas dalam kalangan ejen takaful terutama apabila berhadapan dengan sasaran jualan. Bukan itu sahaja, ejen yang ingin mengejar *Million Dollar Round Table (MDRT)*², *Top of the Table (TOT)*³ dan *Court of the Table (COT)*⁴ semata-mata untuk mendapatkan pengiktirafan dalam industri takaful menyebabkan majoriti ejen takaful mengamalkan gaya

² Persatuan global yang mengiktiraf prestasi terbaik dalam kalangan ejen takaful dan penasihat kewangan. Ejen takaful dan insurans perlu mencapai tahap-tahap premium, komisen atau pendapatan tertentu sepanjang tahun untuk menjadi ahli MDRT. Ahli-ahli yang layak MDRT biasanya dipandang tinggi oleh rakan-rakan mereka dan ia dilihat sebagai suatu pencapaian terbaik dalam bidang takaful dan insurans.

³ Penasihat kewangan atau ejen takaful dan insurans yang mencapai tiga kali keperluan MRDT

⁴ Penasihat kewangan atau ejen takaful dan insurans yang mencapai enam kali keperluan MRDT

*sales-oriented*⁵ dan *product-pusher*⁶, dan bukannya *need-base oriented*⁷ dan *advisory approach*⁸ (Afyah Mat Rawi, 2017).

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang ejen takaful untuk berkelakuan tidak beretika ialah tekanan sasaran jualan. Tekanan sasaran jualan yang berlaku dalam kalangan ejen takaful bermula daripada pihak pengurusan atasan dalam sesebuah organisasi. Pihak pengurusan atasan yang meletakkan sasaran jualan tertentu kepada ejen takaful menyebabkan ejen takaful menghadapi tekanan untuk mencapai hasil jualan yang tinggi. Tekanan sasaran jualan tersebut telah menyebabkan ejen bertindak untuk menyembunyikan fakta penting pelan takaful daripada peserta takaful dan memburukkan produk syarikat takaful lain semata-mata untuk mendapatkan pelanggan (Nursafika Amira, 2020). Situasi tersebut jelas menunjukkan bahawa tekanan sasaran jualan telah mempengaruhi ejen takaful untuk berkelakuan tidak beretika (Abewardhana dan Buddhika, 2022). Chandrarathne dan Herath (2020) menyatakan terdapat lima kategori gelagat yang tidak beretika dalam kalangan ejen. Pertama, peranan penyeliaan, kedua, sasaran jualan, ketiga ialah sistem ganjaran, keempat ialah budaya dalam sesebuah organisasi dan akhir sekali ialah kod etika. Menurut Chandrarathne dan Herath (2020) lagi, lima kategori ini digunakan untuk menilai gelagat tidak beretika dalam kalangan ejen. Hasnah Haron et al. (2011) turut menemukan bahawa sasaran jualan mempunyai hubungan yang positif terhadap gelagat tidak beretika dalam kalangan ejen takaful.

⁵ Pendekatan perniagaan untuk mendapatkan keuntungan dengan memberi penumpuan kepada kaedah memujuk pelanggan untuk membeli produk berbanding daripada memahami keperluan pelanggan.

⁶ Tumpuan terhadap produk sahaja dan tidak mengambil kira keperluan pengguna terhadap produk tersebut. Ejen lebih memaksa peserta untuk memilih sesuatu produk.

⁷ Pendekatan produk untuk keperluan dan bukannya untuk merit. Contohnya keperluan dalam produk-produk kewangan.

⁸ Panduan untuk mencapai sesuatu matlamat. Dalam membuat sesuatu keputusan, pengetahuan, kepakaran dan nasihat diperlukan daripada individu yang pakar.

Isu gelagat etika kerja yang keempat pula ialah persaingan antara ejen takaful. Persaingan dalam kalangan ejen takaful berlaku adalah kerana rentetan daripada tekanan sasaran jualan yang dialami oleh mereka. Siddiqui dan Sharma (2010) menyatakan bahawa tekanan persaingan membuatkan ejen takaful perlu meningkatkan strategi pemasaran serta sasaran jualan untuk mencapai matlamat dan objektif syarikat takaful. Jika semangat persaingan ini tidak dikawal dengan baik, maka berlakulah peristiwa memburukkan produk syarikat takaful yang lain. Budaya yang tidak sihat ini hanya akan menyebabkan peserta takaful menjadi mangsa keadaan. Jadi dalam memastikan mereka mencapai sasaran jualan yang dikehendaki oleh syarikat, timbul isu persaingan dalam kalangan ejen dan seterusnya mendorong kepada berlakunya gelagat yang tidak beretika dalam kalangan ejen takaful (Nor Aziza Abdul Aziz et al., 2016).

Gelagat ejen takaful yang tidak beretika dalam menguruskan takaful akan menjejaskan kepercayaan dan kepuasan peserta takaful terhadap syarikat takaful yang dipilih. Jika kepercayaan dan keyakinan peserta takaful terhadap ejen takaful dan syarikat takaful hilang dan semakin kurang, maka peserta takaful akan mengambil keputusan untuk menarik diri daripada menjadi peserta takaful di syarikat takaful tersebut (Cicala et al., 2014). Salah satu sebab peserta takaful untuk terus kekal menyertai takaful adalah disebabkan oleh kepuasan peserta takaful terhadap perkhidmatan ejen takaful (Naail Mohammed Kamil & Norsham Mat Nor, 2014). Jika perkhidmatan baik yang diterima oleh peserta takaful, maka peserta takaful akan terus kekal untuk menyertai takaful. Namun begitu, jika sebaliknya, tidak mustahil peserta takaful akan menarik diri daripada menyertai skim takaful.