

**PENGARUH TAHAP KEFAHAMAN EJEN TAKAFUL
TERHADAP GELAGAT ETIKA KERJA EJEN TAKAFUL
MENURUT PERSEPSI PESERTA TAKAFUL:
SATU KAJIAN RINTIS**

***LEVEL OF TAKAFUL AGENT'S UNDERSTANDING TOWARDS
TAKAFUL AGENT'S WORK ETHIC BEHAVIOUR ACCORDING TO THE
PERCEPTION OF TAKAFUL PARTICIPANT: A PILOT STUDY***

**Nor Arini Abdullah¹
Shahir Akram Hassan²**

¹Pusat Kajian Pengurusan Pembangunan Islam, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia,
(E-mail: arini.abdullah30@gmail.com)

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

Article history

Received date : 1-8-2021

Revised date : 2-8-2021

Accepted date : 17-9-2021

Published date : 18-9-2021

To cite this document:

Nor Arini & Shahir Akram (2021). Pengaruh Tahap Kefahaman Ejen Takaful Terhadap Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful Menurut Persepsi Peserta Takaful: Satu Kajian Rintis. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 6(39), 70-84.

Abstrak: Ejen takaful bertanggungjawab memberikan maklumat jelas berkenaan pelan, produk, terma dan syarat serta manfaat yang akan diterima oleh peserta takaful. Ejen takaful juga perlu menguasai kefahaman tentang produk takaful. Namun begitu, dalam mempromosikan produk takaful, terdapat kemungkinan ejen takaful memberikan cadangan produk selaras dengan kefahaman ejen atau ada juga kemungkinan cadangan yang tidak sesuai berdasarkan kefahaman ejen dan keperluan peserta takaful. Hal ini mendorong berlakunya gelagat yang tidak beretika dalam kalangan ejen takaful. Oleh itu, timbul persoalan, apakah tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful? Apakah persepsi peserta takaful terhadap tahap kefahaman ejen takaful? Bagaimanakah tahap kefahaman ejen takaful mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful? Bagi menjawab persoalan ini, kertas kerja ini mempunyai dua objektif. Pertama, mengenal pasti kefahaman ejen takaful; kedua menganalisis pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Data dikumpul daripada kajian rintis sebanyak 30 orang responden dan akan dianalisis dengan menggunakan kaedah kuantitatif iaitu statistik deskriptif dan statistik inferens. Hasil dapatan menunjukkan bahawa kefahaman ejen terhadap konsep takaful dan produk takaful adalah tinggi, pengesyoran produk takaful berdasarkan keperluan peserta takaful dan kemahiran memujuk mempunyai hubungan yang signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful.

Kata kunci: Tahap Kefahaman, Gelagat, Etika Kerja, Ejen Takaful, Peserta Takaful.

Abstract: *The takaful agent is responsible to provide a clear information about plan, product, terms and conditions as well as the benefits that will be received by the takaful participant. Takaful agents also need to master the understanding of takaful products. However, in promoting takaful products, there is a possibility that the takaful agent will provide product recommendations in line with the agent's understanding or there may also be inappropriate recommendations based on the agent's understanding and the needs of the takaful participants. This encourages unethical behavior among takaful agents. Therefore, the question arises, what is the level of understanding of takaful agents towards takaful concept and takaful product? What is the perception of takaful participants towards level of understanding of takaful agents? How does the level of understanding of the takaful agent affect the work ethic behavior of the takaful agent? To answer this question, this paper has two objectives. First, identify the understanding of takaful agents; secondly analyzes the influence of the level of understanding of takaful agents towards the work ethic behavior of takaful agents according to the perceptions of takaful participants. Data were collected from a pilot study of 30 respondents and will be analyzed using quantitative methods which is descriptive statistics and inferential statistics. The findings show that the agent's understanding towards the takaful concept and takaful products is high, the recommendation of takaful products based on the needs of takaful participants and persuasion skills have a significant relationship towards the work ethic behavior of takaful agents.*

Keywords: *Level of Understanding, Behaviour, Work Ethic, Takaful Agent, Takaful Participant*

Pengenalan

Etika atau *ethic* berasal daripada perkataan bahasa Greek iaitu *ethikos* yang bermaksud moral dan *ethos* bermaksud sikap atau adat (Garner, 1986). Menurut Burks (2006) isu etika timbul apabila seseorang perlu membuat keputusan daripada pelbagai alternatif dan keputusan tersebut perlulah berkait dengan prinsip moral. Delaney (2005) berpendapat bahawa etika adalah perkara yang menitikberatkan nilai baik dalam kehidupan dan peraturan yang dapat mengawal tingkah laku dan interaksi sesama manusia.

Etika menurut pandangan Islam mempunyai hubungkait dengan istilah arab (Al-Hasan, Faridahwati & Kamil, 2013). Istilah-istilah tersebut adalah *ma'ruf* (perbuatan baik), *khayr* (kebaikan), *haqq* (kebenaran), *birr* (kebijaksanaan/berbuat baik), *qist* (keadilan), *'adl* (keseimbangan dan keadilan), dan *taqwa*. Namun begitu, istilah etika mempunyai maksud yang tersendiri dalam Islam dan ia dirujuk sebagai akhlak (Muhammad Mustakim, Siti Arni & Wan Norhasniah, 2014). Setiap pekerjaan yang dilakukan perlu dikerjakan dengan bersungguh-sungguh kerana setiap pekerjaan yang baik dianggap sebagai ibadah dan Allah SWT menganjarkan pahala kepada hambaNya yang melakukan pekerjaan dengan ikhlas. Oleh itu, dalam setiap pekerjaan yang dilakukan perlulah disertakan dengan tingkah laku dan etika kerja yang baik. Etika kerja yang baik adalah dengan melakukan tugas-tugas yang telah diamanahkan dengan sebaiknya, jujur, berhemah dan teliti. Menurut Dunfee dan Gunther (1999), etika merupakan isu yang amat penting dalam sesebuah organisasi yang berkaitan perkhidmatan kewangan. Dalam konteks industri takaful, ejen takaful perlu melaksanakan tugas sebagai ejen jualan dengan betul, ikhlas dan menepati kod etika kerja bagi seseorang ejen takaful. Ejen takaful bertanggungjawab mempromosikan produk takaful kepada peserta takaful. Interaksi antara ejen takaful dan peserta takaful menentukan gelagat ejen takaful.

Disinilah etika kerja ejen takaful dinilai sama ada mereka mempunyai gelagat etika kerja yang baik atau pun tidak.

Dalam mempromosikan produk takaful, ejen takaful sendiri perlu menguasai kefahaman tentang konsep takaful dan produk takaful. Jika ejen takaful mampu untuk menguasai ilmu pengetahuan dan kefahaman tentang konsep dan produk takaful, berkemungkinan ejen takaful dapat mencadangkan produk yang sesuai kepada peserta takaful berdasarkan keperluan mereka. Namun begitu, jika ejen takaful tidak dapat menguasai ilmu pengetahuan dan kefahaman tentang produk takaful, tidak mustahil jika ejen takaful tidak dapat menyampaikan maklumat produk takaful dengan jelas dan tepat kepada peserta takaful. Kesannya, ejen takaful tidak tahu cara memberikan penerangan tentang produk takaful dan gagal untuk meyakinkan pengguna, kekurangan kemahiran untuk memberi kefahaman kepada pengguna, memberikan maklumat palsu dan tidak memahai keperluan pengguna (Mohamad Abdul Hamid Nik Mustasim Nik Ab Rahman dan Norfaizah Mat Nor, 2012 ; Nor Aziza Abdul Aziz, Abdullah Abdul Ghani dan Hasnizam Shaari, 2015)

Oleh itu, timbul beberapa persoalan. Apakah tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful? Apakah persepsi peserta takaful terhadap tahap kefahaman ejen takaful? Bagaimanakah tahap kefahaman ejen takaful mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful? Bagi menjawab persoalan ini, kertas kerja ini mempunyai dua objektif. Pertama, mengenal pasti kefahaman ejen takaful. Kedua, menganalisis pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful.

Sorotan Karya

Dalam menentukan tahap kefahaman ejen takaful, terdapat beberapa sorotan karya yang telah menjadikan kefahaman sebagai salah satu pengaruh yang penting dalam menjalankan tugas sebagai ejen takaful.

Agnihotri et al. (2009) menemukan pengetahuan sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan terutama melalui komunikasi maklumat yang berkesan. Apabila ejen jualan menguasai pengetahuan dan kefahaman tentang sesuatu yang ingin dipromosikan kepada pelanggan, penyaluran maklumat kepada pelanggan juga perlulah berkesan dengan menggunakan teknik komunikasi yang baik.

Hasnah Haron, Ishak Ismail dan Shaikh Hamzah (2011) membuat kesimpulan bahawa terdapat empat penjualan yang tidak beretika dalam kalangan ejen takaful. Pertama, memalsukan atau mengelirukan maklumat berkaitan produk takaful; kedua, gagal untuk mengenal pasti keperluan pelanggan dan gagal mengesyorkan produk takaful yang memenuhi keperluan peserta takaful; ketiga, kurangnya kemahiran dan pengetahuan tentang takaful dan keempat adalah konflik di antara peluang untuk mendapatkan keuntungan dan pelaksanaan tugas dan tanggungjawab sebagai seorang ejen takaful dengan betul. Kurangnya kemahiran dan pengetahuan tentang takaful menyebabkan ejen takaful tidak dapat memahami konsep takaful sepenuhnya dan berkemungkinan ia boleh mempengaruhi maklumat yang akan disebarkan kepada pelanggan sama ada tepat atau tidak.

Muhammad Adi Zhafri dan Jasri Jamal (2017) menegaskan bahawa ejen takaful perlu memainkan peranan penting dalam mengakui bahawa takaful adalah sebagai penyelesaian instrumen kewangan Islam terbaik dalam pengurusan kewangan. Ejen bukan sahaja bertanggungjawab untuk mempromosikan produk takaful, tetapi juga mempromosikan

perkhidmatan takaful. Muhammad Adi Zhafri dan Jasri Jamal (2017) menyatakan bahawa untuk mempromosikan produk dan servis takaful, seseorang ejen perlu mempunyai kefahaman yang mendalam berkaitan konsep takaful itu sendiri dan produk-produk takaful. Kekurangan pengetahuan dalam kedua-dua ini akan menyebabkan masyarakat kurang berminat untuk memilih takaful sebagai perlindungan kewangan Islam.

Pelanggan akan berpuas hati sekiranya ejen jualan mereka dapat menerangkan dengan jelas tentang produk yang ingin ditawarkan kepada mereka. Rapp, Ahearne, Mathieu dan Schillewaert (2006) melihat bahawa ejen jualan yang mempunyai ilmu pengetahuan dan kefahaman yang mendalam berkaitan produk yang dijual dapat memberi kepuasan kepada pelanggan dan pada masa yang sama ejen dapat meningkatkan prestasi jualan mereka. Rapp, Ahearne, Mathieu dan Schillewaert (2006) mendakwa bahawa ejen jualan yang berpengetahuan dan mempunyai kefahaman yang tinggi tentang setiap produk yang dijual akan membiasakan dirinya dengan produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikatnya. Selain itu, ejen jualan juga akan cuba untuk memahami keperluan dan harapan setiap pelanggannya serta mengkaji maklumat mengenai pelanggan mereka. Hal ini kerana ia memudahkan ejen jualan tersebut mengetahui keperluan produk yang sesuai untuk pelanggannya.

Kajian Marhanum, Nurdianawati dan Siti Salwani (2013) meletakkan pengetahuan produk yang merupakan salah satu aspek penting dalam amalan hubungan pemasaran. Aspek kepentingan pengetahuan ini telah dinyatakan di dalam al-Qur'an dalam surah Al-Baqarah ayat 247, surah Al-Kahfi ayat 108 dan surah Al-Ankabut ayat 49. Petikan daripada buku tafsir Al-Azhar daripada karya HAMKA, surah al-Baqarah ayat 247 membawa pengertian bahawa al-Quran telah meninggalkan dua teras utama untuk memilih orang yang akan menjadi pemimpin atau pemegang puncak kekuasaan. Pertama ialah ilmu dan kedua ialah tubuh badan (kesihatan). Hal ini menunjukkan bahawa seseorang perlu berilmu sesuai dengan tugas yang digalasnya sehinggakan dia tidak ragu-ragu dalam menjalankan pekerjaannya. Selain itu, menurut tafsir Ibnu Katsir berkaitan tafsir surah al-Baqarah ayat 247, selayaknya seorang pemimpin perlu mempunyai ilmu, perawakan yang rupawan serta kuat jiwa dan raga.

Dalam konteks takaful, ejen takaful perlu mempunyai ilmu pengetahuan yang mendalam berkaitan konsep dan produk takaful kerana mereka boleh diibaratkan sebagai pemimpin kepada setiap peserta takaful yang berada di bawah kebajikannya. Ilmu pengetahuan yang mendalam perlulah seiring dengan kefahaman tentang sesuatu yang sedang diusahakannya.

Kajian ini berbeza daripada kajian-kajian terdahulu kerana kajian ini ingin melihat gelagat etika kerja ejen takaful berdasarkan kepada dimensi-dimensi yang terlibat dan data-data empirikal yang dikumpul. Selain itu, kajian ini juga mengetengahkan pengaruh akhlak ejen takaful sebagai salah satu pengaruh yang mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful. Jika dilihat daripada sorotan karya yang dijelaskan sebelum ini, belum terdapat lagi kajian yang menjadikan pengaruh akhlak sebagai salah satu pengaruh yang mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful.

Metodologi Kajian

Kajian lapangan dilakukan bagi melengkapkan data untuk menilai pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Data dikumpul daripada kajian rintis seramai 30 orang responden yang menyertai polisi takaful. Menurut Johanson dan Brooks (2010), jumlah responden minimum seramai 30 orang sudah

mencukupi untuk dianalisis kesahan dan kebolehpercayaan dalam kajian awal. Data-data yang dikumpul kemudiannya dianalisis dengan menggunakan kaedah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferens.

Pensampelan

Kajian ini menggunakan teknik pensampelan mudah (*convenience sampling*). Persampelan mudah merupakan jenis persampelan bukan kebarangkalian. Teknik persampelan mudah dipilih kerana pensampelan mengandaikan setiap unsur dalam populasi bersifat homogen dengan ciri setiap unsur atau individu adalah sama (Fauzi Hussin, Jamal Ali & Saifoul Zamzuri Noor, 2014: 93). Kaedah ini juga digunakan apabila tidak diketahui jumlah sebenar bagi populasi tersebut. Sampel dipilih adalah mudah iaitu mengambil individu yang ditemui, individu yang dikenali, dan soalan selidik secara *online* (Fauzi Hussin, Jamal Ali & Saifoul Zamzuri Noor, 2014: 93)

Kesahan instrumen kajian

Penyelidik telah menjalankan kesahan instrumen kajian dengan melalui kesahan kandungan (*content validity*) dan kesahan muka (*face validity*). Item-item yang terdapat dalam instrumen soalan selidik ini telah dikenal pasti melalui kajian-kajian lepas kecuali konstruk Akhlak Ejen Takaful sahaja yang dibina sendiri oleh penyelidik. Dalam menjalankan kesahan muka pula, penyelidik telah merujuk pakar-pakar dalam bidang tertentu untuk tujuan pengesahan item yang terdapat di dalam soalan selidik. Instrumen-instrumen yang telah dibina telah mendapat pengesahan pakar yang mempunyai kepakaran dalam bidang takaful dan statistik bagi memastikan isi kandungannya bertepatan dan sesuai dengan matlamat kajian.

Kebolehpercayaan instrumen

Ujian kebolehpercayaan instrumen atau *reliability test* merupakan satu analisis terhadap instrumen soalan selidik bagi menentukan instrumen kajian dapat digunakan dan dapat mengukur konstruk dengan tepat, konsisten dan boleh dipercayai (Fauzi Hussin, Jamal Ali & Saifoul Zamzuri Noor, 2014: 183). Dalam analisis ini, nilai *Alpha Cronbach* perlu dilihat dan disemak bagi menentukan sama ada setiap item boleh dikekalkan atau perlu digugurkan. Penyelidik menjalankan ujian kebolehpercayaan instrumen bagi setiap item yang terkandung di dalam pembolehubah yang dinyatakan dalam Jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Ujian Kebolehpercayaan Instrumen

| Dimensi | Bilangan Item | Bilangan Item yang Termasuk (<i>Number of Item Included</i>) | Nilai Pekali <i>Cronbach's Alpha</i> |
|---|----------------------|---|---|
| Akhlak Ejen Takaful | 10 | 9 | 0.910 |
| Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful | 13 | 12 | 0.974 |
| Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful | 7 | 5 | 0.906 |
| Pengesyoran Produk Berdasarkan Keperluan Peserta Takaful | 8 | 7 | 0.940 |
| Kemahiran Memujuk | 7 | 7 | 0.891 |

Sumber: (Data Yang Diolah, 2021)

Merujuk kepada Jadual 1 di atas, jadual ujian kebolehpercayaan (*reliability statistics*) menunjukkan pekali *Cronbach's Alpha* bagi setiap pembolehubah-pembolehubah dalam gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful. Pekali *Cronbach's Alpha* yang melebihi daripada nilai 0.70 mencadangkan bahawa skor skala tersebut adalah bagus (Nunnally dan Bernstein, 1994). Menurut Fauzi Hussin, Jamal Ali & Saifoul Zamzuri Noor (2014: 186) pula, nilai pekali *Cronbach's Alpha* yang baik harus melebihi 0.80. Jadual 1 di atas menunjukkan setiap pembolehubah adalah munasabah untuk dipercayai di dalam kajian ini kerana kesemua nilai pekali *Cronbach's Alpha* adalah melebihi 0.70 dan 0.80.

Kaedah Penganalisan data

Hasil dapatan kajian ini dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical For Social Science (SPSS)*. Analisis yang akan digunakan di dalam kajian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferens. Analisis deskriptif terdiri daripada frekuensi, min, sisihan piawai dan peratusan untuk menilai tahap pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful. Analisis regresi turut dijalankan bagi menilai pengaruh gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Dapatan dan Perbincangan

Bahagian dapatan dan perbincangan ini mempunyai beberapa perkara yang perlu dilihat. Pertama, maklumat asas responden. Kedua, analisis pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful dan ketiga adalah analisis regresi berganda. Analisis berganda dijalankan untuk menilai pengaruh gelagat etika kerja ejen takaful menurut perspektif peserta takaful.

Maklumat Asas Responden

Analisis demografi dijalankan ke atas 30 orang responden yang terdiri daripada peserta takaful. Bahagian profil responden di dalam soalan selidik ini dibahagikan mengikut jantina, umur, status perkahwinan, tahap pendidikan, status perkahwinan, tahap pendapatan, syarikat takaful yang disertai oleh peserta takaful dan tempoh masa menjadi peserta takaful.

Tahap Kefahaman Ejen Takaful Terhadap Konsep Takaful Dan Produk Takaful

Penilaian terhadap tahap kefahaman ejen takaful dilakukan untuk menilai sama ada ejen takaful memahami dengan mendalam tentang konsep takaful dan produk takaful. Tahap kefahaman ejen takaful dilaksanakan dengan melihat perspektif daripada peserta takaful. Ia dilakukan dengan melihat skor min bagi responden yang dijalankan dalam kajian ini. Dapatan ini sekali gus menjawab objektif kajian yang pertama. Skor min diukur mengikut penilaian Oxford (1990)¹ berdasarkan kepada tiga tahap Skor min di antara 3.5 ke 5.0 adalah tinggi, skor min 2.5 hingga 3.49 adalah sederhana dan skor min 1.0 hingga 2.49 adalah rendah.

¹ Dipetik daripada Ahmad Azrin Adnan (2010)

Jadual 2: Tahap Kefahaman Ejen Takaful Terhadap Konsep Takaful Dan Produk Takaful

| Item | Item | Min | Sisihan Piawai | Interpretasi |
|------|---|------|----------------|--------------|
| 1 | Ejen takaful saya memberikan informasi yang cukup dan jelas tentang konsep dan skim takaful yang ditawarkan oleh syarikat. | 4.63 | 0.615 | Tinggi |
| 2 | Ejen takaful saya memberi penerangan tentang objektif takaful yang merupakan konsep <i>tabarru'</i> (sumbangan derma/menyumbang dengan rela) dan saling bekerjasama antara peserta takaful. | 4.60 | 0.770 | Tinggi |
| 3 | Ejen takaful saya mengetahui perbezaan antara istilah takaful dan insurans. | 4.57 | 0.728 | Tinggi |
| 4 | Ejen takaful saya menjelaskan dengan terperinci tentang aspek-aspek syariah dalam takaful. | 4.47 | 0.860 | Tinggi |
| 5 | Ejen takaful saya menerangkan dengan mendalam tentang elemen-elemen yang dilarang dalam Islam (riba, judi dan ketidakpastian) dalam operasi takaful. | 4.37 | 0.928 | Tinggi |
| 6 | Ejen takaful saya sangat mahir dalam memberikan kefahaman tentang proses takaful. | 4.50 | 0.777 | Tinggi |
| 7 | Ejen takaful saya sangat profesional (cepat dan mahir) dalam menerangkan produk takaful. | 4.63 | 0.615 | Tinggi |
| 8 | Ejen takaful saya mempunyai tahap keyakinan yang tinggi dalam menyampaikan informasi berkaitan produk takaful. | 4.53 | 0.730 | Tinggi |
| 9 | Ejen takaful saya mampu menjawab soalan dengan baik berkaitan produk takaful. | 4.53 | 0.730 | Tinggi |
| 10 | Ejen takaful menerangkan tentang manfaat dan faedah produk takaful. | 4.67 | 0.547 | Tinggi |
| 11 | Ejen takaful saya sangat pasti dengan manfaat dan faedah produk takaful kepada saya. | 4.63 | 0.556 | Tinggi |
| 12 | Ejen takaful saya memberi khidmat nasihat dan panduan kepada saya untuk menyertai polisi takaful dengan betul. | 4.60 | 0.563 | Tinggi |

Sumber : (Data Yang Diolah, 2021)

Berdasarkan Jadual 2 di atas, tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful adalah tinggi. Hal ini dapat ditunjukkan apabila nilai min kesemua item-item yang dinyatakan adalah tinggi iaitu melebihi 4.0. Tahap kefahaman ejen takaful adalah tinggi kerana berdasarkan pernyataan di dalam jadual 2 di atas, mereka dapat menerangkan tentang manfaat dan faedah produk takaful dengan baik. Hal ini dijelaskan dengan melihat dapatan kajian mendapati bahawa nilai min bagi pernyataan tersebut adalah paling tinggi antara pernyataan-pernyataan yang lain.

Selain itu, nilai min yang tinggi juga menunjukkan bahawa responden setuju dengan semua pernyataan-pernyataan yang dinyatakan di bawah tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful. Majoriti responden bersetuju bahawa ejen memberikan

informasi yang cukup dan jelas (M=4.63; SP=0.615), penerangan tentang objektif takaful (M=4.60; SP=0.770), ejen takaful mengetahui perbezaan antara istilah takaful dan insurans (M=4.57;0.728), penjelasan dengan terperinci berkaitan aspek-aspek syariah (M=4.47;SP=0.860), penerangan tentang elemen yang dilarang dalam Islam (M=4.37;SP=0.928), mahir memberikan kefahaman tentang proses takaful (M=4.50;SP=0.777), ejen takaful cekap dan mahir menerangkan produk takaful (M=4.63;SP=0.615), mempunyai keyakinan tinggi dalam menyampaikan informasi produk takaful (M=4.53;0.730), ejen takaful dapat menjawab soalan dengan baik berkaitan produk takaful (M=4.53;SP=0.730), penerangan tentang manfaat dan faedah produk takaful (M=4.67;SP= 0.547), ejen takaful sangat pasti dengan manfaat dan faedah produk takaful (M=4.63;SP=0.556), dan ejen takaful memberi khidmat nasihat dan panduan untuk menyertai polisi takaful dengan betul (M=4.60;SP=0.563) menunjukkan tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful adalah tinggi.

Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa tahap kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful adalah tinggi.

Persepsi Peserta Takaful Terhadap Kefahaman Ejen Takaful

Persepsi peserta takaful terhadap kefahaman ejen takaful diukur dengan melihat nilai min yang diperolehi daripada keseluruhan lima pengaruh yang terdiri daripada akhlak ejen takaful, kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful, pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful, dan kemahiran memujuk. Kesemua pengaruh ini berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful.

Jadual 3: Persepsi Peserta Takaful Terhadap Kefahaman Ejen Takaful

| Dimensi | Min (Jumlah Keseluruhan) | Sisihan Piawai (Jumlah keseluruhan) | Interpretasi | Tahap |
|---|---------------------------------|--|---------------------|--------------|
| Akhlak Ejen Takaful | 4.630 | 0.519 | Tinggi | 2 |
| Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful | 4.561 | 0.631 | Tinggi | 4 |
| Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful | 4.647 | 0.492 | Tinggi | 1 |
| Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful | 4.629 | 0.538 | Tinggi | 3 |
| Kemahiran Memujuk | 4.281 | 0.762 | Tinggi | 5 |

Sumber : (Data Yang Diolah, 2021)

Jadual 3 menunjukkan keseluruhan pengaruh gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Kesemua pengaruh tersebut menunjukkan nilai min yang tinggi. Nilai min bagi pengaruh kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful adalah tinggi kerana ia melebihi 4.0, namun begitu pengaruh ini berada pada kedudukan keempat berbanding kesemua pengaruh yang terlibat. Hal ini membuktikan bahawa pengaruh kefahaman ejen berkaitan konsep takaful dan produk takaful masih lagi rendah menurut persepsi peserta takaful kerana tahap nilai min yang paling tinggi adalah pengaruh

pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful. Berdasarkan dapatan yang diperolehi, penyelidik boleh menyimpulkan bahawa gelagat etika ejen dalam mengesyorkan produk takaful berdasarkan tahap kewangan peserta takaful adalah baik.

Pengaruh yang berada pada tahap kedua, ketiga dan kelima pula adalah akhlak ejen takaful, pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dan kemahiran memujuk. Pengaruh kemahiran memujuk berada pada tahap terakhir kerana nilai min yang diperolehi adalah paling rendah berbanding dengan pengaruh-pengaruh yang lain. Walaubagaimana pun, pengaruh kemahiran memujuk dianggap memberi pengaruh terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful kerana nilai min yang diperolehi masih berada dalam kategori nilai min tinggi iaitu antara 3.5 hingga 5.

Hasil dapatan menunjukkan bahawa persepsi peserta takaful terhadap kefahaman ejen takaful adalah tinggi namun begitu menurut persepsi peserta takaful pengaruh ini hanyalah berada pada tahap keempat berbanding dengan pengaruh yang lain. Walaubagaimana pun, persepsi peserta takaful terhadap pengaruh-pengaruh yang dinyatakan di dalam Jadual 3 di atas mempunyai nilai min yang tinggi.

Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful Menurut Persepsi Peserta Takaful

Dapatan kajian ini juga menjalankan analisis regresi berganda serta analisis Spearman bagi kesemua pengaruh yang terlibat. Analisis regresi berganda ini dijalankan bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang paling mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful manakala analisis Spearman pula dijalankan bertujuan untuk melihat arah hubungan dan arah kekuatan pengaruh yang terlibat di dalam kajian ini. Jadual 4 menunjukkan hasil analisis regresi berganda manakala Jadual 5 menunjukkan analisis Spearman.

The Standard Coefficient (Beta) di dalam Jadual 4 digunakan untuk melihat kebesaran pengaruh dan nilai P ditunjuk di dalam kolom *Sig.* Nilai di dalam kolom *Sig.* menunjukkan kombinasi pengaruh-pengaruh yang terlibat sama ada signifikan atau tidak. Nilai R^2 pula untuk menentukan kekuatan pengaruh untuk keseluruhan pembolehubah tidak bersandar/bebas terhadap pembolehubah bersandar. Dengan kata lain, nilai R^2 menentukan nilai peratus pembolehubah tidak bersandar/bebas boleh meramalkan pembolehubah bersandar. Jadual 4 juga menunjukkan terdapat nilai toleran dan nilai VIF yang digunakan sebagai penanda aras sama ada timbul masalah multikolineariti atau tidak.

Jadual 4: Analisis Regresi Berganda Gelagat Etika Kerja Ejen Takaful Menurut Persepsi Peserta Takaful

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | R ² | Adj. R ² | F | Kolineariti | |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|----------------|---------------------|---------|-------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | | | | Toleran | VIF |
| Constant | .200 | .180 | | 1.115 | .276 | .971 | .965 | 159.458 | | |
| Akhlak Ejen Takaful | .132 | .032 | .197 | 4.121 | .000** | | | | .531 | 1.884 |
| Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful | .077 | .067 | .079 | 1.165 | .256 | | | | .266 | 3.754 |
| Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful | .296 | .063 | .366 | 4.708 | .000** | | | | .201 | 4.965 |
| Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful | .128 | .082 | .123 | 1.550 | .134 | | | | .194 | 5.164 |
| Kemahiran Memujuk | .332 | .099 | .350 | 3.369 | .003* | | | | .113 | 8.872 |

Sumber : (Data Yang Diolah, 2021)

P<0.01**

P<0.05*

Berdasarkan keputusan analisis regresi berganda di dalam Jadual 4 di atas, sebanyak 97.1% (R²=0.971) yang memberi pengaruh kepada gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Hal ini bermaksud, 97.1% dijelaskan melalui lima pembolehubah tidak bersandar/bebas dan selebihnya sebanyak 2.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Akhlaq ejen takaful dan pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful mempunyai tahap signifikan pada tahap keyakinan 99% ($p < 0.01$) manakala kemahiran memujuk pula signifikan pada tahap keyakinan 95% ($p < 0.05$). Walaubagaimana pun, jika dilihat daripada sudut saiz pengaruh, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful lebih besar dalam mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful kerana nilai pekali Beta ($\beta = 0.366$) lebih besar berbanding nilai pekali Beta ($\beta = 0.350$) dan $\beta = 0.197$). Namun begitu, kefahaman ejen takaful terhadap konsep takaful dan produk takaful serta pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful dilihat tidak mempunyai hubungan signifikan dalam mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Hal ini kerana nilai P bagi kedua-dua pengaruh ini adalah lebih besar daripada tahap keyakinan 95% ($p < 0.05$).

Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa menurut persepsi peserta takaful, terdapat tiga pembolehubah tidak bersandar/bebas iaitu akhlak ejen takaful, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan takaful dan kemahiran memujuk yang paling memberi pengaruh kepada gelagat etika kerja ejen takaful.

Jadual 5: Analisis Spearman

| | | | Korelasi | | | | |
|--|-------|--------------------|----------|--------|--------|--------|--------|
| | | | AET | KTPTN | PKW | PKPR | KM |
| Spearman's rho | AET | Koefisien korelasi | 1.000 | .783** | .818** | .652** | .554** |
| | | Sig.(2-tailed) | . | .000 | .000 | .000 | .001 |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | KTPTN | Koefisien korelasi | .783** | 1.000 | .785** | .674** | .599** |
| | | Sig.(2-tailed) | .000 | . | .000 | .000 | .000 |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | PKW | Koefisien korelasi | .818** | .785** | 1.000 | .822** | .382* |
| | | Sig.(2-tailed) | .000 | .000 | . | .000 | .037 |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | PKPR | Koefisien korelasi | .652** | .674** | .822** | 1.000 | .496** |
| | | Sig.(2-tailed) | .000 | .000 | .000 | . | .005 |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | KM | Koefisien korelasi | .554** | .599** | .382* | .496** | 1.000 |
| | | Sig.(2-tailed) | .001 | .000 | .037 | .005 | . |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| **Korelasi signifikan pada aras keertian 0.01 (2-tailed) | | | | | | | |
| * Korelasi signifikan pada aras keertian 0.05 (2-tailed) | | | | | | | |
| AET = Akhlak Ejen Takaful | | | | | | | |
| KTPT = Kefahaman Ejen Takaful terhadap Konsep Takaful dan Produk Takaful | | | | | | | |
| PKW = Pengesyoran Produk berdasarkan Tahap Kewangan Peserta Takaful | | | | | | | |
| PKPR = Pengesyoran Produk berdasarkan Keperluan Peserta Takaful | | | | | | | |
| KM = Kemahiran Memujuk | | | | | | | |

Ujian Spearman dijalankan bertujuan untuk melihat arah hubungan dan arah kekuatan antara pengaruh yang terlibat. Berdasarkan Jadual 5 di atas, analisis Spearman menunjukkan bahawa pengaruh-pengaruh yang terlibat mempunyai hubungan positif dan mempunyai arah kekuatan yang kuat kecuali pengaruh pengesyoran kewangan terhadap kemahiran memujuk. Hal ini kerana nilai sig. (2-tailed) adalah tidak signifikan pada tahap keertian 90% dan 95%. Nilai p yang dicatatkan adalah 0.037 menunjukkan nilai tersebut lebih besar daripada 0.01 dan 0.05. Nilai yang tidak signifikan ini menunjukkan bahawa kedua-dua pengaruh ini tidak mempunyai hubungan korelasi di antara satu sama lain.

Arah kekuatan hubungan yang positif diukur apabila nilai r^{**} adalah positif manakala kekuatan hubungan pula diukur jika nilai r^{**} lebih rendah daripada 0.30, maka ia mempunyai kekuatan hubungan rendah; jika nilai r^{**} antara 0.30 hingga 0.50, maka ia mempunyai kekuatan hubungan yang sederhana dan jika nilai r^{**} melebihi 0.50, maka ia mempunyai kekuatan hubungan yang kuat (Cohen,1988). Contohnya Jadual 5 di atas menunjukkan arah hubungan di antara pengaruh akhlak ejen takaful dengan kefahaman adalah positif dan mempunyai kekuatan hubungan yang kuat kerana nilai r^{**} yang dicatat adalah sebanyak $r=0.783$; $n=30$; $p=0.000$. Hal ini menunjukkan bahawa peningkatan dalam pengaruh akhlak dihubungkan dengan peningkatan dalam pengaruh kefahaman ejen takaful.

Perbincangan

Hasil dapatan yang dibincangkan pada bahagian sebelum ini mendapati bahawa akhlak ejen takaful, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful dan kemahiran memujuk dilihat signifikan dalam mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful.

Walaupun ketiga-tiga pembolehubah tidak bersandar signifikan, namun begitu hasil kajian ini menemukan bahawa pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful memberi pengaruh yang paling besar dan lebih banyak berbanding akhlak ejen takaful dan kemahiran memujuk. Kajian ini juga mendapati bahawa kefahaman ejen takaful berdasarkan konsep dan produk takaful dan pengesyoran produk berdasarkan keperluan takaful adalah tidak signifikan. Hal ini bermakna kefahaman ejen takaful terhadap konsep dan produk takaful tidak memberi pengaruh kepada gelagat etika kerja ejen takaful.

Secara umumnya, dapatan kajian ini mendapati bahawa persepsi peserta takaful terhadap kefahaman ejen takaful adalah tinggi. Persepsi yang tinggi ini memberi makna bahawa peserta takaful bersetuju dengan pernyataan-pernyataan yang dinyatakan di dalam soalan selidik. Berdasarkan hasil analisis persepsi peserta takaful terhadap tahap kefahaman ejen takaful, kajian ini menemukan bahawa ejen takaful menerangkan tentang manfaat dan faedah produk takaful dengan sangat baik dan mereka juga sangat pasti dengan manfaat dan faedah produk takaful yang diterangkan kepada peserta takaful. Hal ini dibuktikan dengan penemuan nilai min bagi pernyataan tersebut adalah tinggi. Ejen takaful yang mempunyai pengetahuan dan kefahaman yang mendalam membolehkan mereka mencadangkan produk perlindungan takaful yang sesuai dengan keperluan pelanggan mereka. Selain itu, didapati ejen takaful juga dapat memberikan informasi yang cukup dan jelas tentang konsep dan skim takaful yang ditawarkan oleh syarikat. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahawa ejen takaful mengamalkan gelagat etika kerja yang baik terhadap peserta takaful yang berada di bawah kebajikannya. Pada masa yang sama, situasi ini juga dapat meningkatkan tahap kepuasan peserta takaful terhadap etika kerja ejen takaful. Zaida Farhana, Mohd Zulkifli dan Nur Haiza

(2018) mendedahkan bahawa peserta takaful akan mempunyai tahap kepuasan yang tinggi sekiranya ejen dapat menjalankan tugasnya dengan baik.

Berdasarkan hasil dapatan kajian ini, peserta takaful menyifatkan bahawa ejen takaful mereka dapat memberikan penerangan tentang objektif takaful yang merupakan konsep *tabarru'* dan saling bekerjasama antara peserta takaful dengan baik. Hal ini membuktikan bahawa ejen takaful memahami dengan baik konsep takaful dan juga mengetahui perbezaan antara takaful dan insurans. Peserta takaful juga bersetuju bahawa ejen takaful mereka sangat profesional dari segi kecekapan dan kemahiran dalam menerangkan produk takaful. Ejen takaful perlu pakar dalam bahagian ini kerana perkara pertama yang akan diterangkan kepada peserta takaful untuk kali pertama adalah berkaitan konsep takaful serta proses-proses yang terlibat dalam takaful.

Hasil dapatan kajian ini juga dilihat menyokong keputusan kajian yang dijalankan oleh Syadiyah (2020) mendapati bahawa untuk meningkatkan kepercayaan terhadap ejen takaful, pengguna mengharapkan bahawa ejen takaful adalah pakar dalam bidang takaful, mempunyai pengetahuan dan kefahaman yang tinggi berkaitan produk takaful. Ejen takaful yang mempunyai ciri-ciri yang dinyatakan ini mampu membuatkan pengguna merasa yakin untuk menyertai takaful dan sanggup mencarum dengan jumlah yang tinggi. Berdasarkan hasil penemuan kajian beliau, terdapat hubungan signifikan di antara kemahiran komunikasi dan kepakaran ejen takaful dengan kepercayaan peserta takaful untuk menyertai pelan takaful. Kepakaran yang dimaksudkan dalam kajian beliau adalah persepsi atau tanggapan pengguna terhadap pengetahuan, kecekapan, dan boleh menyediakan jawapan terhadap soalan yang spesifik (Andaleeb dan Anwar, 1996).

Kajian Ku Amir dan Tunku Salha (2020) turut menjelaskan bahawa selain mempromosikan produk takaful, peranan ejen takaful dalam menerangkan dan menjelaskan konsep dan manfaat takaful memberikan hubungan positif terhadap keputusan pengguna sama ada untuk menyertai takaful atau pun tidak. Jika ejen takaful mempunyai peranan yang bagus dalam menerangkan dan menjelaskan produk takaful, maka kebarangkalian pengguna untuk menyertai takaful adalah tinggi.

Namun begitu, terdapat juga penemuan kajian lepas yang dilihat tidak selari dengan hasil dapatan kajian ini. Marhanum, Nurdianawati dan Siti Salwani (2013) menemukan bahawa majoriti ejen takaful tidak pasti dengan konsep takaful. Hal ini menimbulkan kerisauan kerana kebarangkalian ejen yang tidak memahami sepenuhnya tentang konsep dan objektif takaful akan mempengaruhi masyarakat untuk menerima maklumat yang tidak beberapa tepat. Marhanum, Nurdianawati dan Siti Salwani (2013) turut menyatakan bahawa kebanyakan masyarakat Malaysia masih lagi belum memahami objektif dan konsep takaful disebabkan kurangnya pengetahuan berkaitan takaful. Hal ini berkemungkinan juga berkaitan dengan pengetahuan dan kefahaman ejen takaful terhadap takaful.

Secara lebih khusus, berdasarkan hasil analisis berganda gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful menunjukkan bahawa akhlak ejen takaful, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful dan kemahiran memujuk dilihat signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful manakala kefahaman ejen terhadap konsep dan produk takaful dan pengesyoran produk berdasarkan keperluan peserta takaful pula adalah tidak signifikan.

Menurut pandangan penyelidik, peserta takaful menjadikan akhlak ejen takaful sebagai nilai utama etika kerja ejen takaful. Jika ejen takaful berakhlak baik, sudah tentu mereka mempunyai nilai etika kerja yang baik. Tanggungjawab sesuatu bidang pekerjaan adalah dikategorikan sebagai satu ibadah manakala bentuk pelaksanaannya adalah berdasarkan perkara yang termaktub di dalam al-Qur'an dan al-Sunnah serta perbuatan yang dipaparkan oleh Nabi SAW (Muhammad Mustakim, Siti Arni & Wan Norhasniah, 2014). Keimanan yang utuh dapat membentuk peribadi yang mulia dan ia jelas kelihatan sewaktu seseorang menjalankan tugas yang dipertanggungjawabkan. Nilai mulia yang ditekankan dalam Islam adalah bersikap jujur dan adil ketika melaksanakan sesuatu pekerjaan. Contohnya dalam memberikan penjelasan berkaitan produk takaful dan proses takaful, ejen takaful perlu menekankan sikap jujur supaya tidak berlaku penganiayaan terhadap peserta takaful. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Bayyinah ayat 7 yang bermaksud:

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebaikan, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk”

Berdasarkan maksud ayat al-Quran di atas, orang-orang yang beriman kepada Allah SWT dan RasulNya akan mengerjakan amal soleh dan mengamalkan nilai-nilai murni. Ia dibuktikan dengan iman dalam hati melalui perbuatan dan sikap hidup yang baik. Akhlak yang baik akan menerbitkan perbuatan yang baik. Hal ini membuktikan bahawa seseorang ejen takaful yang mempunyai akhlak yang baik akan menerbitkan perbuatan yang baik dengan cara mereka berurusan dengan peserta takaful. Contohnya, menerangkan produk takaful dengan benar, jujur, sentiasa bersopan dengan pelanggan, bercakap dengan cara percakapan yang lemah lembut dan berhikmah dan sebagainya.

Selain itu, pengaruh pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful juga signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Hal ini membuktikan bahawa ejen takaful benar-benar menawarkan pakej produk yang mampu dibayar oleh peserta takaful setiap bulan. Berdasarkan hasil dapatan, ejen takaful juga bertanyakan tentang tahap pendapatan peserta takaful terlebih dahulu sebelum menawarkan pilihan produk takaful kepada peserta takaful. Hal ini membuktikan bahawa ejen takaful tidak terburu-buru dalam menawarkan produk kepada peserta takaful yang boleh menyebabkan peserta takaful tidak mampu untuk membayar caruman setiap bulan. Secara tidak langsung, ejen takaful telah membuktikan bahawa mereka menjalankan tugas sebagai ejen dengan baik dan mempunyai etika kerja yang baik terhadap peserta takaful.

Seterusnya, hasil analisis regresi berganda juga menunjukkan pengaruh kemahiran memujuk adalah signifikan terhadap gelagat etika kerja ejen takaful. Menurut padangan penyelidik, pengaruh kemahiran memujuk signifikan kerana berkemungkinan pendekatan yang digunakan oleh ejen takaful dalam mempromosikan produk takaful telah membuatkan peserta takaful tertarik untuk menyertai polisi takaful.

Kesimpulan

Penemuan penting dalam kajian ini adalah pengaruh tahap kefahaman ejen takaful terhadap gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful adalah tinggi. Selain itu, hasil penemuan kajian ini juga mendapati bahawa akhlak ejen takaful, pengesyoran produk berdasarkan tahap kewangan peserta takaful dan kemahiran memujuk dilihat signifikan dalam mempengaruhi gelagat etika kerja ejen takaful menurut persepsi peserta takaful. Menurut pendapat pengkaji, dalam proses merekrut ejen takaful, pertimbangan terhadap kemahiran komunikasi dan kecekapan dari segi kefahaman tentang produk dan konsep takaful perlu

dipandang dengan lebih serius. Ejen takaful juga perlu diberikan latihan secara terus menerus terutama latihan yang menyediakan maklumat terkini tentang produk takaful dan perkhidmatan takaful supaya ejen takaful dapat menyalurkan informasi terkini kepada peserta takaful.

Rujukan

- Adnan, A., (2010). *Penentu pemilihan institusi perbankan Islam dalam kalangan Muslim di Terengganu*. Ph.D. Universiti Sains Malaysia. Tidak diterbitkan.
- Agnihotri, R., Rapp, A. and Trainor, K. (2009). Understanding the role of information communication in the buyer-seller exchange process: antecedents and outcomes. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 24 (7), 474-486.
- Al-Hasan Al-Aidaros., Faridahwati Mohd. Shamsudin, and Kamil Md. Idris. (2013). Ethics and ethical theories from an islamic perspective. *International Journal of Islamic Thought*, 4(1), pp.1-13.
- Andaleeb, S.S. and Anwar, S.F. (1996). Factors influencing customer trust in salespersons in a developing country. *Journal of International Marketing*, 4(4), 35-52.
- Burks, B. 2006. *The impact of ethics education and religiosity on the cognitive moral development of senior accounting and business students in higher education*. (Unpublished doctoral thesis). Nova Southeastern University, USA.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis*. Hillsdale NJ: Erlbaum.
- Delaney, J. 2005. *The impact of ethics education on the moral reasoning ability of accounting students*. (Unpublished doctoral thesis). Ambrose University, USA
- Dunfee, T. W., & Gunther, R. (1999). Ethical issues in financial services. *Business and Society Review*, 104(1), 5-12.
- Fauzi Hussin, Jamal Ali & Saifoul Zamzuri Noor. (2014). *Kaedah penyelidikan & analisis data spss*. Universiti Utara Malaysia: UUM Press.
- Garner, R.T. (1984). *The encyclopaedia americana*. Grollier, Connecticut.
- Hasnah Haron, Ishak Ismail, & Shaikh Hamzah Abdul Razak. (2011). Factors influencing unethical behavior of insurance agents. *International Journal of business and social science*, 2(1).
- Johanson, G. A., & Brooks, G. P. (2010). Initial scale development: Sample size for pilot studies. *Educational and Psychological Measurement*, 70(3), 394-400.
- Ku Amir Ku Daud, & Tunku Salha Tunku Ahmad. (2020). The influence of general takaful product pricing on muslim customers purchasing behaviour: The moderating role of the agent. *Al-bukhary social Business Journal*, 1(2), 71-82.
- Marhanum Che Mohd Salleh, Nurdianawati Irwani Abdullah, & Siti Salwani Razali. (2013). Measuring takaful agents' understanding towards the objectives and concepts of takaful. *Journal of Islamic Finance*, 2(1).
- Mohamad Mohamad Abdul Hamid, Nik Mustasim Nik Ab Rahman & Norfaizah Mat Nor. (2012). Leadership behavior and performance: a case study of takaful representatives in Malaysia. *African Journal of Business Management*, 6(6), 2291.
- Muhammad Adi Zhafri Ahmad Samsuri, & Jasri Jamal. (2017). Takaful agent must foster public understanding of takaful. *Diponegoro Law Review*, 2(2), 245-258.
- Muhammad al-Ghazali, I. A. H. M. (1997). *Tahzib Ihya' Ulum al-Din*. Dar Tibaah wa al-Nasr al-Islamiah, Kaherah
- Muhammad Mustakim Mohamed Noh, Siti Arni Basir & Wan Norhasniah Wan Husin (2014). Strategi dan faktor mempengaruhi pelaksanaan etika kerja Islam (EKI): kajian kes di JCorp. *Global Journal Al-Thaqafah*, 4(1), 97-111.

- Nor Aziza Abdul Aziz, Abdullah Haji Abdul Ghani & Hasnizam Shaari. (2015). Issues and problems in ethical practices amongst takaful agents. *International Review of Management and Marketing*, 6(4S).
- Nunally, J.C & Bernstein, I.H. (1994) *Psychometric theory*. USA: McGraw-Hill
- Rapp, A., Ahearne, M., Mathieu, J. and Schillewaert (2006). The impact of knowledge and empowerment on working smart and working hard: the moderating role of experience. *International Journal of Research in Marketing*, 23, 279-293.
- Syadiyah Abdul Shukor (2020). Trust in takaful agents: antecedents and consequences. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(6), 1161-1174.
- Zaida Farhana Mohd Shaladdin, Mohd Zulkifli Mokhtar, & Nur Haiza Muhammad Zawawi. (2018). Determinants of customer satisfaction in takaful (islamic insurance) services in Malaysia. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 54.