



Research Summary

Why are People Reluctant to Participate in a Takaful Plan?

Collaboration University and Researchers' Names

Collaboration University

- ▶ Universiti Teknologi Mara (UiTM)

Principal Investigator

- ▶ Dr. Mohammad Firdaus Mohammad Hatta

Researchers

- ▶ Prof. Dr. Rosmimah Mohd Roslin
- ▶ Prof. Dr. Nor Hashima Hashim
- ▶ PM. Dr. Sharifah Faigah Syed Alwi
- ▶ Prof. Ismail Ahmad
- ▶ Dr. Mohd Nizam Jaafar
- ▶ Dr. Wahida Ahmad
- ▶ Dr. Azreen Roslan
- ▶ Azitadoly Mohd Arifin
- ▶ Mohd Faizol Rizal Mohd Rasid
- ▶ Nur Diyana Yusoff
- ▶ Nor Azzura Nordin

Research Assistants

- ▶ Nur Firas Binti Nazim
- ▶ Mohd Sham Bin Kamis



Introduction

This research aims to discuss the **plausible determinants of family Takaful demand** in Malaysia and to propose possible alternatives in addressing existing challenges.

Despite the positive development of Takaful over the years, there are still several challenges that may hinder the advancement of the Takaful market and one of the most prominent challenges is the **low penetration rate of Takaful**. This reflects people's reluctance to participate, especially in the family Takaful plans.

This research utilised quantitative and qualitative research methods to achieve the stated objectives. The qualitative method was conducted at the exploratory phase of data collection to gather relevant information as inputs for instrument development. As such, responses from key informants from the Takaful industry and non-Takaful participants were generated through qualitative online face-to-face interviews before developing the research instrument. Once the research instrument was developed and refined, the quantitative method ensued where the survey was the primary data collection method.



Objectives

- 1 To investigate **dimensions/factors affecting non-participation** in family Takaful plan
- 2 To determine the **items for assessing non-participation**
- 3 To examine the **relationship between attitude, subjective norm, perceived behavioural control and non-participation** of family Takaful
- 4 To **propose and recommend possible strategies** to the industry players



Findings



The most prominent challenge is the **low penetration rate of Takaful**, especially family Takaful plans



There is equal demand for the participation of family Takaful for both men and women.

- ▶ As such, marketing to both genders may be worthwhile depending on their needs and their socio-economic characteristics



Those age between 25-35 and 36-50 have **higher participation** in takaful compared to other age groups



Person with Higher Income = More risk averse and adopt risk reduction strategies like Takaful coverages



Educated people are also likely to **subscribe to Takaful**



50% Takaful penetration rate in:

- ▶ Kelantan
- ▶ Sabah
- ▶ Terengganu
- ▶ Melaka



People from **different beliefs and faiths**, particularly Muslims and Christians, have subscribed to Takaful

Both religious beliefs subscribed to the notion of transparency, cleanliness, ethics and morality when attaining protection

Findings

Factors that may influence people's reluctance to participate in family Takaful plans:



Single/Unmarried is the most significant inhibitor of family Takaful subscription.



Their views on Takaful are influenced by **their background**, either already participating in takaful protection or not. Those who **have had takaful protection have a favourable perception** of Takaful and vice versa.



Unsatisfactory online operations by Takaful operators has given the respondents a negative outlook towards Takaful in general.

Investment Takaful Product

- ▶ Takaful is **not their best investment strategy**: low returns and limited guarantees
- ▶ Takaful operators are recommended to **focus on investment instruments** that would generate better returns
- ▶ Takaful industry players and their agents should **focus and explain more on investment** and return benefits to potential participants
- ▶ The **elements of investment should be embedded** in every single-family Takaful plan
- ▶ Take further moves by **not only limiting channels of investment** in equity-based or debt-based instruments

Findings



Takaful operators should look into developing a **product based on qard contract (loan)** as another alternative Takaful facility. This facility would provide another channel for Takaful participants to get their principal guaranteed and protected

The Takaful operators should also consider the speed of **claim settlement**



People who have yet to subscribe to Takaful are not crossing out the option entirely, but are **still undecided** on the right course of action



The proper Takaful **marketing techniques** are what Takaful operators and agents need to have to win over all the indecisive prospects

Consumers expect immediate rewards like these to attract them to Takaful offerings;

- ▶ Immediate discounts
- ▶ Contest rewards
- ▶ Shopping vouchers
- ▶ Fitness membership vouchers
- ▶ Doctor on-call service
- ▶ Home security
- ▶ Car maintenance
- ▶ Health monitoring
- ▶ Financial planning
- ▶ Rewards for disabled children
- ▶ Rewards during birthday

Conclusion

- ▶ Negative attitudes towards Takaful, inability to see instant returns from Takaful coverage and the consumers' indecisiveness are **primary factors that hinder them from participating** in Takaful.
- ▶ Takaful industry players, more than ever, need to **find the right approach** towards altering people's attitudes and get them to be more accepting of Takaful offerings. People are still indecisive and are unsure of the worthiness of Takaful participation.
- ▶ As such, **moving forward with the right strategies and marketing approaches** may allow industry players to extend the acceptance of Takaful products and services, InsyaAllah, and thus contribute to the growth of the industry.

[Click here to read the full article](#)



Thank you



Rumusan Kajian

Mengapa Ramai Orang Enggan Menyertai Pelan Takaful?

Kerjasama Universiti dan Nama-Nama Penyelidik

Kerjasama Universiti

- ▶ Universiti Teknologi Mara (UiTM)

Penyelidik Utama

- ▶ Dr. Mohammad Firdaus Mohammad Hatta

Penyelidik

- ▶ Prof. Dr. Rosmimah Mohd Roslin
- ▶ Prof. Dr. Nor Hashima Hashim
- ▶ PM. Dr. Sharifah Faigah Syed Alwi
- ▶ Prof. Ismail Ahmad
- ▶ Dr. Mohd Nizam Jaafar
- ▶ Dr. Wahida Ahmad
- ▶ Dr. Azreen Roslan
- ▶ Azitadoly Mohd Arifin
- ▶ Mohd Faizol Rizal Mohd Rasid
- ▶ Nur Diyana Yusoff
- ▶ Nor Azzura Nordin

Pembantu Penyelidik

- ▶ Nur Firas Binti Nazim
- ▶ Mohd Sham Bin Kamis



Pengenalan

Kajian ini bertujuan untuk membincangkan **penentu permintaan Takaful keluarga** yang berpotensi di Malaysia, serta mencadangkan beberapa alternatif bagi mengatasi cabaran yang sedia ada.

Walaupun terdapat perkembangan Takaful yang positif kebelakangan ini, masih ada beberapa cabaran yang boleh menghalang kemajuan pasaran Takaful, dan salah satunya adalah **kadar penembusan Takaful yang rendah**. Hal ini menunjukkan bahawa orang ramai masih mempunyai keraguan untuk menyertai Takaful, terutamanya untuk pelan Takaful keluarga.

Kajian ini menggunakan kedua-dua kaedah kuantitatif dan kualitatif untuk mencapai objektif-objektif yang telah dinyatakan. Kaedah kualitatif dijalankan pada fasa penerokaan dalam pengumpulan data bagi mendapatkan maklumat yang relevan, seperti input untuk perkembangan instrumen. Oleh yang demikian, maklum balas pemberi maklumat penting daripada industri Takaful dan peserta bukan Takaful diperoleh secara kualitatif melalui temubual bersemuka sebelum instrumen kajian disediakan. Setelah instrumen kajian dikembang dan diperhalusi, kaedah kualitatif digunakan di mana kaji selidik merupakan kaedah pengumpulan data utama.



Objektif

- 1 Menyiasat **dimensi/faktor yang mempengaruhi peserta untuk tidak menyertai** pelan Takaful keluarga
- 2 Menentukan **item kajian bagi menilai kekurangan penyertaan** Takaful
- 3 Memeriksa **hubungan antara kelakuan, norma subjektif, kawalan tingkah laku serta kekurangan penyertaan** Takaful keluarga
- 4 Mencadang dan mengesyorkan **sebarang strategi yang berpotensi** kepada pemain industri



Dapatan Kajian



Cabaran yang terbesar merupakan **kadar penembusan Takaful yang rendah**, terutamanya untuk pelan Takaful keluarga



Permintaan untuk penyertaan Takaful keluarga daripada kedua-dua jantina adalah sama

- ▶ Dengan itu, pemasaran untuk kedua-dua jantina mungkin berbaloi bergantung kepada keperluan dan ciri-ciri sosio-ekonomi mereka



Peserta dalam lingkungan 25-35 tahun dan 36-50 tahun mempunyai **penyertaan lebih tinggi** berbanding kumpulan umur yang lain



Individu Berpendapatan Lebih Tinggi = Lebih banyak risiko dan menginginkan strategi pengurangan risiko, seperti perlindungan Takaful



Orang berpendidikan juga lebih cenderung untuk melanggan Takaful



50% kadar penembusan Takaful adalah dari:

- ▶ Kelantan
- ▶ Sabah
- ▶ Terengganu
- ▶ Melaka



Orang dengan **kepercayaan yang berbeza**, terutamanya penganut agama Islam dan Kristian, telah melanggan Takaful

Kedua-dua kepercayaan ini memegang teguh pada prinsip kejujuran, kebersihan, etika dan moral ketika menginginkan perlindungan

Dapatan Kajian

Faktor-faktor yang boleh mempengaruhi keengganan orang ramai untuk menyertai pelan Takaful:



Status bujang/belum berkahwin adalah penghalang yang ketara dalam penyertaan Takaful



Pandangan mereka terhadap Takaful dipengaruhi oleh **latar belakang mereka**, sama ada sudah menyertai perlindungan Takaful ataupun tidak. Mereka **yang sudah melanggan perlindungan Takaful mempunyai pandangan yang baik** terhadap Takaful, dan sebaliknya



Pengoperasian dalam talian yang tidak memuaskan oleh pengendali Takaful telah memberi responden persepsi negatif terhadap Takaful secara amnya

Produk Pelaburan Takaful

- ▶ Takaful **bukanlah strategi pelaburan terbaik**: pulangan rendah serta jaminan terhad
- ▶ Pengendali takaful disarankan untuk **fokus kepada instrumen pelaburan** yang dapat menjana pulangan lebih baik
- ▶ Pengendali Takaful yang lain dan ejen mereka perlu **fokus dan menjelaskan dengan lebih lanjut tentang pelaburan** serta manfaat pulangan kepada bakal peserta.
- ▶ **Elemen pelaburan perlu disertakan** dalam setiap pelan Takaful keluarga
- ▶ Ambil langkah lebih jauh dengan **tidak mengehendkan saluran pelaburan** kepada instrumen berdasarkan ekuiti atau hutang semata-mata

Dapatan Kajian



Pengendali Takaful perlu melihat kepada penyediaan **produk berdasarkan kontrak qard (pinjaman)** sebagai alternatif kemudahan Takaful yang lain. Kemudahan ini dapat menyediakan satu saluran yang lain untuk peserta memastikan prinsip mereka terjamin dan dilindungi

Pengendali Takaful juga perlu menitik beratkan kepantasan **penyelesaian tuntutan**



Orang yang masih belum melanggan Takaful tidak semestinya menolak Takaful serta-merta; mereka hanya **belum pasti** dengan langkah yang mereka perlu ambil



Teknik pemasaran Takaful yang baik perlu dikuasai oleh pengendali Takaful dan ejen bagi memenangi prospek yang tidak pasti ini

Pelanggan menjangkakan ganjaran pantas seperti yang berikut bagi menarik minat mereka terhadap Takaful:

- ▶ Diskaun pantas
- ▶ Ganjaran peraduan
- ▶ Baucar beli-belah
- ▶ Baucar keahlian kecergasan
- ▶ Perkhidmatan doktor atas talian
- ▶ Keselamatan rumah
- ▶ Penyelenggaraan kereta
- ▶ Pemeriksaan kesihatan
- ▶ Perancangan kewangan
- ▶ Ganjaran untuk kanak-kanak kurang upaya
- ▶ Ganjaran hari jadi

Kesimpulan

- ▶ Persepsi negatif terhadap Takaful, ketidakupayaan untuk melihat pulangan segera perlindungan Takaful dan ketidakpastian pengguna adalah **faktor-faktor utama yang menghalang mereka menyertai** Takaful.
- ▶ Pengendali Takaful yang lain perlu **mencari pendekatan yang tepat** untuk mengubah pandangan orang ramai agar mereka dapat menerima tawaran Takaful dengan lebih terbuka. Ramai orang masih ragu-ragu dan tidak pasti jika menyertai Takaful adalah berbaloi untuk mereka.
- ▶ Oleh itu, **langkah seterusnya perlu diatur dengan strategi dan pendekatan pemasaran yang betul** akan membolehkan pengendali Takaful mengembangkan lagi penerimaan produk dan perkhidmatan Takaful, dan InsyaAllah, terus menyumbang kepada perkembangan industri ini.

[Klik di sini untuk membaca artikel penuh](#)



Terima kasih