Evolusi Saluran Pengagihan Insurans Hayat dan Takaful Keluarga

Oleh Tang Khai Sheng

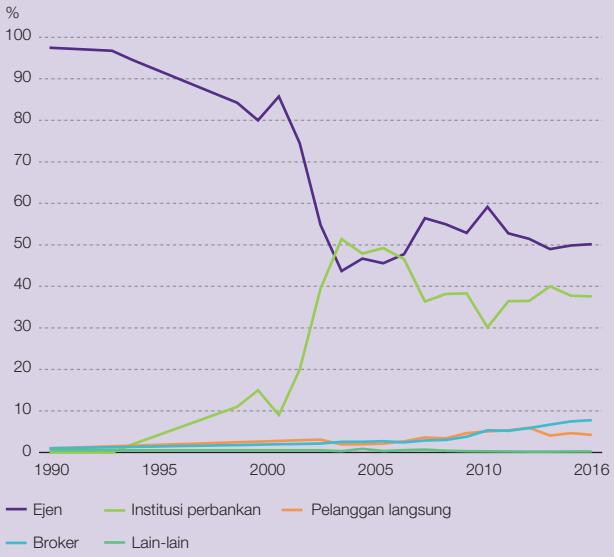
Saluran pengagihan yang berkesan dan profesional adalah penting bagi memastikan semua segmen penduduk mempunyai akses kepada produk insurans hayat dan takaful keluarga, dan berupaya membuat keputusan berdasarkan maklumat yang mencukupi untuk keperluan perlindungan kewangan mereka. Rencana ini meninjau perubahan landskap saluran pengagihan sektor insurans hayat dan takaful keluarga serta perlunya transformasi yang lebih mendalam bagi sektor tersebut untuk mencapai wawasan ini.

Daripada Sistem Didominasi Agensi kepada Sistem Dua Saluran

Sepanjang beberapa dekad awal, saluran agensi merupakan pemacu utama pertumbuhan industri insurans hayat dan takaful keluarga memandangkan sebahagian besar penduduk masih belum memiliki insurans. Kenalan dan hubungan peribadi merupakan kekuatan utama yang telah digunakan dengan begitu berkesan oleh saluran agensi untuk meningkatkan akses kepada produk insurans dan takaful pada ketika tahap celik kewangan masih rendah. Apabila permintaan terhadap perkhidmatan kewangan meningkat berikutan peningkatan pendapatan isi rumah, industri insurans berkembang menjadi sistem dua saluran pada tahun 1990-an, dengan pengenalan bankasurans untuk memanfaatkan rangkaian cawangan dan jumlah pelanggan bank. Bermula dengan pengaturan bankasurans yang pertama pada tahun 1994, jualan bankasurans telah mencatat pertumbuhan yang mengagumkan, mencapai lebih daripada separuh bahagian pasaran insurans hayat semasa kemuncaknya pada tahun 2004 (Rajah 1). Peralihan kepada sistem dua saluran ini diiringi oleh tahap penyertaan insurans yang lebih tinggi sebagaimana yang dibuktikan oleh purata pertumbuhan perniagaan baharu tahunan sebanyak 16% dan peningkatan kadar penembusan insurans dan takaful daripada 13% kepada 51%[1] dari tahun 1990 hingga tahun 2010 (Rajah 2).

Rajah 1

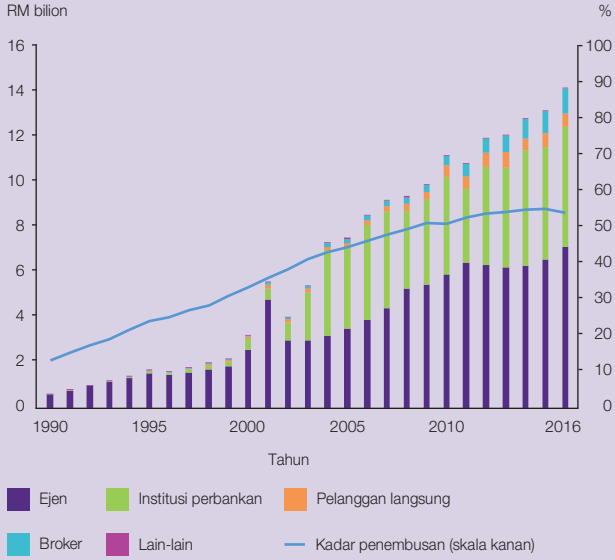
Sektor Insurans Hayat dan Takaful Keluarga: Bahagian Pasaran Premium dan Caruman Baharu Mengikut Saluran Pengagihan



Sumber: Bank Negara Malaysia

Rajah 2

Sektor Insurans Hayat dan Takaful Keluarga: Premium dan Caruman Baharu Mengikut Saluran Pengagihan dan Kadar Penembusan



Sumber: Bank Negara Malaysia

[1] Ditakrifkan sebagai nisbah polisi insurans hayat dan takaful keluarga kepada jumlah penduduk.

Walaupun beberapa saluran baharu kemudiannya telah diperkenalkan dalam pasaran, khususnya insurans melalui internet pada tahun 2000 dan penasihat kewangan pada tahun 2001, bahagian pasaran bagi kedua-dua saluran ini masih kecil. Saluran-saluran ini tidak mencapai kemajuan yang memberangsangkan kerana syarikat-syarikat terus mengutamakan saluran agensi dan bankasurans berbanding dengan pelaburan untuk membangunkan saluran-saluran baharu ini. Hal ini disebabkan kebimbangan berlakunya konflik saluran. Sehingga kini, pengagihan insurans secara langsung dan dalam talian hanya menyumbang 5% daripada jualan insurans hayat dan takaful keluarga berbanding dengan bahagian pasaran yang lebih tinggi sehingga 25% di negara maju[2].

Pertumbuhan Keseluruhan Sederhana Manakala Segmen Pengguna Tertentu Masih Kurang Mendapat Perkhidmatan Insurans dan Takaful

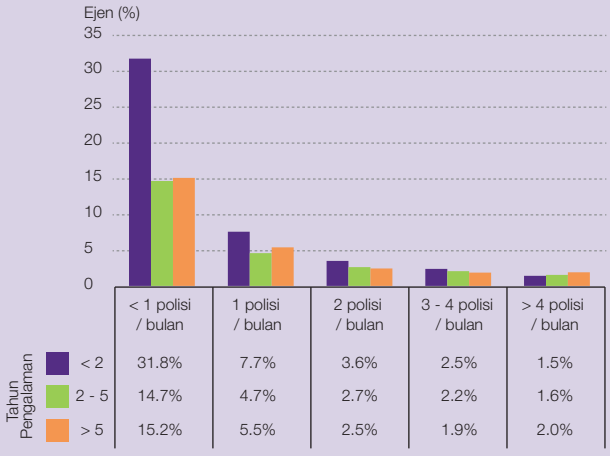
Dalam tempoh lima tahun yang lepas, kesan tambahan daripada saluran agensi dan bankasurans semakin berkurang. Pertumbuhan industri insurans hayat dan takaful keluarga telah menjadi sederhana berbanding dengan dekad sebelumnya, dengan pertumbuhan perniagaan baharu berpurata pada 5.5% setahun antara tahun 2011 hingga 2016. Penembusan insurans hayat dan takaful keluarga adalah sekitar 55% dalam tempoh lima tahun yang lalu (Rajah 2). Tanpa mengambil kira polisi berbilang yang dimiliki oleh pemegang polisi yang sama, peratusan penduduk yang memiliki sekurang-kurangnya satu polisi insurans hayat atau takaful keluarga hanyalah 35% (2015). Dalam kalangan kumpulan pendapatan isi rumah 40% terendah, hanya 4% mempunyai perlindungan insurans hayat atau takaful keluarga tertentu mengikut Kaji Selidik Keupayaan dan Rangkuman Kewangan dari Segi Permintaan yang dijalankan oleh Bank pada tahun 2015.

Kadar penembusan insurans hayat dan takaful keluarga yang mendatar serta penyertaan insurans yang rendah bagi penduduk yang kurang mendapat perkhidmatan insurans disebabkan oleh beberapa faktor:

- **Produktiviti agensi telah merosot**
  Bilangan polisi yang dijana oleh setiap ejen telah merosot. Sejumlah 80% ejen kini menjual kurang daripada dua polisi sebulan, malah dalam kalangan ejen yang lebih berpengalaman, lebih separuh daripada mereka menjual kurang daripada satu polisi sebulan (Rajah 3). Salah satu faktor penyumbang ialah 60% daripada ejen beroperasi secara sambilan, terutamanya sebagai pekerjaan sampingan. Faktor ini mengekang usaha menjadikan tenaga agensi lebih profesional, seterusnya menyebabkan profesion ini kurang menarik sebagai kerjaya pilihan, yang meneruskan lagi kitaran kejam. Cabaran yang dihadapi untuk menarik dan mengekalkan ejen telah menyaksikan bilangan ejen menurun sejak tahun 2012, dengan hanya tiga daripada 10 ejen masih kekal dalam industri selepas tiga tahun.

Rajah 3

Sektor Insurans Hayat: Komposisi Ejen Mengikut Tahap Produktiviti dan Pengalaman



Sumber: Persatuan Insurans Hayat Malaysia

[2] Laporan Swiss Re *sigma* No. 2/2014 'Digital Distribution in Insurance: A Quiet Revolution'.

- **Produk kurang mampu dimiliki oleh pasaran umum**
  Purata premium bagi setiap polisi telah meningkat dengan cepat pada kadar tahunan sebanyak 8% dalam tempoh lima tahun kebelakangan ini, berbanding dengan purata 3% dalam tempoh 10 tahun yang lalu. Ketidakmampuan membeli produk juga merupakan sebab utama pengguna tidak membeli atau tidak meneruskan perlindungan insurans hayat/takaful keluarga[3]. Trend ini seiring dengan peralihan yang nyata kepada lebih banyak produk berkaitan pelaburan yang dijual oleh ejen. Produk sedemikian mencakupi dua pertiga daripada premium perniagaan baharu yang dijana oleh ejen dan lazimnya mempunyai premium yang lebih tinggi disebabkan lebih banyak unsur berkaitan pelaburan. Pengguna yang mencari kadar hasil dalam persekitaran kadar faedah yang rendah telah membantu meningkatkan permintaan terhadap produk berkaitan pelaburan, yang menawarkan potensi pulangan tinggi semasa pasaran kewangan lebih baik. Dari segi penawaran, tahap jaminan sedia ada dalam produk berkaitan pelaburan yang lebih rendah juga telah menyebabkan produk tersebut secara relatif lebih cekap modal untuk diunderait oleh penanggung insurans dan pengendali takaful. Hal ini terbukti daripada perubahan dalam komposisi produk keseluruhan, dengan produk berkaitan pelaburan mencakupi 33% daripada bahagian pasaran perniagaan baharu pada tahun 2016 (2009: 25%). Di samping itu, produk-produk telah menjadi lebih kompleks dengan lebih banyak ciri produk, yang menyebabkan premium menjadi lebih tinggi. Gabungan faktor ini serta struktur ganjaran berasaskan komisen yang memberikan insentif kepada saluran agensi untuk mengutamakan produk-produk dengan saiz premium yang lebih besar dan pengguna yang lebih mewah, turut menyumbang kepada pengurangan kemampuan membeli insurans.

- **Saluran bankasurans telah memberikan tumpuan pada produk berkaitan pelaburan dan produk berkaitan kredit**
  Pertumbuhan saluran bankasurans kebanyakannya tertumpu pada produk premium tunggal berkaitan kredit dan berkaitan pelaburan yang lebih difahami oleh kakitangan jualan di bank dan pelanggan bank. Bayaran fi yang tinggi oleh penanggung insurans dan pengendali takaful kepada bank di bawah perjanjian eksklusif bankasurans juga telah mendorong keutamaan diberikan pada produk premium yang lebih tinggi dan segmen pelanggan yang lebih mewah. Kesannya, kadar penembusan insurans dan takaful dalam kalangan pelanggan bank jauh lebih rendah berbanding dengan kadar penembusan industri, iaitu hanya 5% pada tahun 2014, dengan segmen pelanggan berpendapatan rendah secara amnya kurang diwakili.

- **Jangkauan sokongan agensi di luar pusat bandar adalah terhad**
  Dari segi jangkauan geografi tenaga agensi, terdapat perbezaan yang ketara antara lokasi kerana lebih 60% daripada ejen berkhidmat di kawasan Lembah Klang, Johor dan Pulau Pinang. Memandangkan ejen lazimnya bergantung pada cawangan-cawangan penanggung insurans dan pengendali takaful untuk mendapatkan sokongan pentadbiran, pematuhan dan latihan, keadaan ini membataskan jangkauan ejen di pusat-pusat bandar sahaja (Gambar Rajah 1). Keadaan ini juga seterusnya menyebabkan ejen memberikan tumpuan pada segmen pelanggan yang lebih berkemungkinan sudah mempunyai perlindungan insurans hayat atau takaful keluarga tertentu, manakala golongan berpendapatan rendah dan penduduk luar bandar diabaikan.

Faktor-faktor di atas menunjukkan terdapat skop yang luas untuk saluran pengagihan alternatif menangani jurang insurans dalam kalangan segmen penduduk yang lebih besar. Jurang ini masih ketara, sama ada dilihat dari segi usaha meningkatkan kadar penembusan, merapatkan jurang perlindungan hayat dan perubatan atau meningkatkan tahap perlindungan (Rajah 4).

[3] Kaji Selidik Keupayaan dan Rangkuman Kewangan dari Segi Permintaan 2015.

Gambar Rajah 1

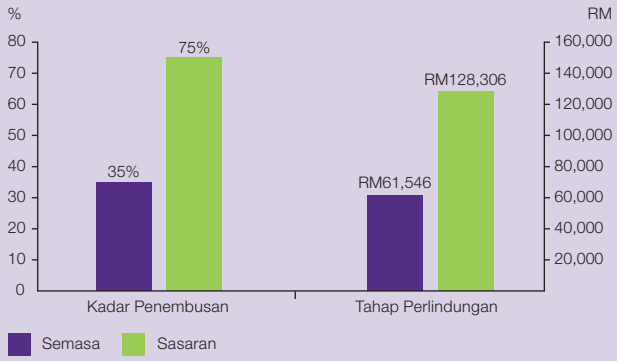
Sektor Insurans Hayat dan Takaful Keluarga: Peta Haba Rangkaian Cawangan



Sumber: Bank Negara Malaysia

Rajah 4

Sektor Insurans Hayat dan Takaful Keluarga: Kadar Penembusan dan Tahap Perlindungan[4]



[4] Ditakrifkan sebagai jumlah yang diinsuranskan per kapita

Sumber: Bank Negara Malaysia, Sasaran Program Transformasi Ekonomi (PEMANDU), 2012 Underinsurance Study in Malaysia (Universiti Kebangsaan Malaysia dan Persatuan Insurans Hayat Malaysia)

Evolusi Saluran Pengagihan Masa Hadapan

Penawaran produk yang semakin kompleks dan di luar kemampuan telah mengehadkan akses kepada produk insurans dan takaful oleh sebahagian besar segmen penduduk. Usaha-usaha untuk mengurangkan kompleksiti dan kos perlu bergerak seiring untuk mencapai peningkatan bahagian pasaran produk insurans hayat dan takaful keluarga yang mudah, yang diagihkan melalui saluran pengagihan alternatif dan melibatkan strategi yang berikut:

- **Memudahkan dan menyelaraskan produk untuk meningkatkan penembusan**
  Reka bentuk produk yang mudah akan menjadikan insurans dan takaful mampu dimiliki dan diperoleh segmen yang kurang mendapat perkhidmatan insurans. Hal ini selaras dengan prinsip dan ciri-ciri produk seperti yang digariskan dalam Kertas Perbincangan Insurans Mikro dan Takaful Mikro yang diterbitkan pada bulan April 2016. Inisiatif Pek Pemula (Starter Pack) seperti yang dicadangkan oleh industri merupakan langkah penting ke arah hala tuju yang betul, yang memberikan perlindungan bertempoh asas pada paras premium yang rendah dengan

pengunderaitan yang minimum. Produk ini dijangka dilancarkan pada suku kedua tahun 2017 dan akan berfungsi sebagai asas bagi penanggung insurans dan pengendali takaful untuk mengembangkan lebih banyak produk bersasaran untuk memenuhi keperluan segmen yang kurang mendapat perkhidmatan insurans dan takaful.

- **Memanfaatkan teknologi dengan saluran dalam talian dan mudah alih**
  Rangka Kerja Insurans Hayat dan Takaful Keluarga memperkenalkan elemen-elemen penting untuk merangsang peralihan ini termasuk menghendaki produk perlindungan asas disediakan melalui saluran langsung dan memperkenalkan agregator produk secara dalam talian untuk membolehkan pengguna membandingkan produk dan membuat pilihan berdasarkan maklumat yang mencukupi. Kadar penembusan internet dan telefon pintar yang tinggi di Malaysia, berserta kemajuan teknologi pembayaran, platform dalam talian dan insurans mudah alih, menjanjikan peluasan jangkauan kepada segmen yang kurang mendapat perkhidmatan insurans. Peningkatan kecekapan yang nyata berikutan automasi proses yang dihasilkan oleh saluran ini telah membuka peluang baharu untuk menjadikan produk lebih mudah dan mampu dimiliki. Secara khususnya, insurans mudah alih yang menggabungkan reka bentuk produk yang mudah dan mekanisme pembayaran yang cekap (misalnya dengan menolak masa berbual atau kredit) telah banyak meningkatkan rangkuman insurans dalam banyak pasaran lain.

- **Meningkatkan pusat akses pengguna melalui perkongsian**
  Penanggung insurans dan pengendali takaful juga perlu meningkatkan perkongsian dengan perniagaan dan organisasi yang memiliki rangkaian pengagihan yang besar dan mantap termasuk koperasi, organisasi berasaskan komuniti, rangkaian runcit dan ejen bank. Perkongsian ini menawarkan pelbagai pusat akses pengguna dan kebanyakannya mempunyai kemudahan pembayaran untuk memudahkan kutipan premium.

  Jualan insurans hayat dan takaful keluarga secara bersemuka berserta nasihat kewangan akan terus menjadi tonggak asas untuk jangkauan dan penggalakan celik kewangan. Ejen, kakitangan bank dan penasihat kewangan dengan akses langsung kepada pengguna mempunyai kedudukan yang lebih baik untuk memahami keperluan khusus pengguna dan untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana produk insurans dan takaful berfungsi. Walau bagaimanapun, syarikat insurans dan pengendali takaful perlu menilai secara berterusan bagaimana saluran-saluran ini boleh menyediakan perkhidmatan yang lebih baik kepada pelanggan, termasuk menerusi perkara-perkara berikut:

- **Meningkatkan kemahiran dan melengkapi pengantara**
  Alat sokongan dan analisis akan membantu pengantara untuk memadankan saranan produk dengan keperluan pengguna dengan lebih baik. Perkara ini perlu diperkukuh dengan meningkatkan piawaian profesionalisme dan kualiti keseluruhan perkhidmatan, termasuk melalui latihan dan meningkatkan kemahiran ejen dan kakitangan bank secara berterusan.

- **Menambah baik struktur insentif**
  Penanggung insurans dan pengendali takaful juga perlu mengkaji semula bagaimana struktur insentif mempengaruhi tingkah laku pengantara. Kad skor seimbang (balanced scorecard) yang diperkenalkan di bawah Rangka Kerja Insurans Hayat dan Takaful Keluarga akan melengkapkan usaha-usaha ini dengan menyelaraskan ganjaran pengantara dengan memberikan lebih penekanan pada kesesuaian produk untuk bakal pelanggan dan kualiti perkhidmatan keseluruhan. Dengan peredaran masa, kajian semula insentif ini secara berterusan adalah penting untuk menggalakkan tingkah laku yang diingini ke arah merapatkan jurang perlindungan.

- **Meningkatkan interaksi dan hubungan melalui penasihat kewangan**
  Seiring dengan peningkatan pendapatan dan kekayaan isi rumah, permintaan untuk nasihat kewangan yang komprehensif dan bebas juga meningkat. Untuk menggalakkan penasihat kewangan bertindak sebagai saluran pengagihan yang berdaya maju, Bank telah mengurangkan modal berbayar minimum daripada RM100,000 kepada RM50,000 dan melaraskan syarat kelayakan untuk menjadi wakil penasihat kewangan. Perkara ini juga akan menggalakkan ejen insurans/takaful untuk menjadi wakil penasihat kewangan. Sejak langkah ini diperkenalkan pada tahun 2015, bilangan wakil penasihat kewangan telah meningkat kepada 574 (2014: 381). Penanggung insurans dan pengendali takaful juga perlu mempunyai strategi produk dan pengagihan yang tetap dan disokong oleh sumber operasi yang mencukupi untuk membangunkan lagi saluran khidmat nasihat kewangan.