



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**PENGARUH AKTIVITI PEMASARAN DALAMAN  
KE ATAS AMALAN TINGKAH LAKU  
KEWARGANEGARAAN ORGANISASI  
DALAM KALANGAN GURU  
DI SEKOLAH KEBANGSAAN DAERAH  
MERSING, JOHOR**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**MOHD HAZZAN BIN OTHMAN**

**UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

**2024**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**PENGARUH AKTIVITI PEMASARAN DALAMAN KE ATAS AMALAN  
TINGKAH LAKU KEWARGANEGARAAN ORGANISASI DALAM KALANGAN GURU  
DI SEKOLAH KEBANGSAAN DAERAH MERSING, JOHOR**

**MOHD HAZZAN BIN OTHMAN**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK MEMPEROLEH  
IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN (PENGURUSAN PERNIAGAAN)  
(MOD PENYELIDIKAN DAN KERJA KURSUS)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI  
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

**2024**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



Sila tanda (√)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

/

**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH****PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN**

Perakuan ini telah dibuat pada ...23...(hari bulan)....April..... (bulan) 20..24..

**i. Perakuan pelajar :**

Saya, Mohd Hazzan bin Othman, No. Matrik M20162001889, Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (SILA NYATAKAN NAMA PELAJAR, NO. MATRIK DAN FAKULTI) dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk Pengaruh Aktiviti Pemasaran Dalaman ke Atas Amalan Tingkah Laku Kewarganegaraan Organisasi dalam Kalangan Guru di Sekolah Kebangsaan Daerah Mersing , Johor

adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejasasnya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

**ii. Perakuan Penyelia:**

Saya, Prof Madya Dr. Suriani binti Abdul Hamid (NAMA PENYELIA) dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk Pengaruh Aktiviti Pemasaran Dalaman ke Atas Amalan Tingkah Laku Kewarganegaraan Organisasi dalam Kalangan Guru di Sekolah Kebangsaan Daerah Mersing , Johor

(TAJUK) dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah Sarjana Pendidikan (Pengurusan Perniagaan) (SILA NYATAKAN NAMA IJAZAH).

23 April 2024

Tarikh

Tandatangan Penyelia





**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /  
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK  
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: Pengaruh Aktiviti Pemasaran Dalaman ke Atas Amalan Tingkah Laku Kewarganegaraan  
Organisasi Dalam Kalangan Guru di Sekolah Kebangsaan Daerah Mersing, Johor

No. Matrik /Matric's No.: M20162001889

Saya / I : Mohd Hazzan bin Othman

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)\* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

*acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-*

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.  
*The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris*
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.  
*Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.*
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.  
*The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.*

4. Sila tandakan ( ✓ ) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick ( ✓ ) for category below:-

**SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / Contains confidential information under the Official Secret Act 1972

**TERHAD/RESTRICTED**

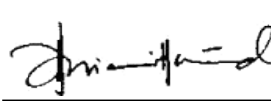
Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / Contains restricted information as specified by the organization where research was done.

**TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

**Prof. Madya Dr. Suriani Abdul Hamid**  
Pensyarah

Jabatan Pengurusan Perniagaan dan Keusahawanan  
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi  
Universiti Pendidikan Sultan Idris

  
\_\_\_\_\_  
(Tandatangan Pelajar/ Signature)

  
\_\_\_\_\_  
(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor)  
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)

Tarikh: 23 April 2024

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.



## PENGHARGAAN

Bersyukur ke hadrat Illahi kerana dengan limpah rahmat dan kurniaanNya dimudahkan urusan sehingga disertasi ini berjaya disiapkan. Pertama sekali jutaan ucapan terima kasih diucapkan kepada Profesor Madya Dr. Suriani binti Abdul Hamid yang telah memberi seliaan, bimbingan dan bantuan sepanjang pengajian ini. Beliau juga tidak jemu memudahkan urusan dan memberi kerjasama yang terbaik dalam perjuangan menyempurnakan penulisan disertasi ini.

Tidak lupa juga kepada staff-staff Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Perpustakaan Tunku Bainun dan Institusi Pengajian Siswazah yang sering membantu dalam urusan-urusan pentadbiran dan permohonan. Tidak lupa juga kepada guru besar-guru besar di sekolah-sekolah kebangsaan di daerah Mersing yang sudi membenarkan kajian ini dijalankan di sekolah mereka. Begitu juga kepada guru-guru yang sudi membantu dan melengkapkan borang soal selidik kajian. Tanpa mereka kajian ini tidak akan berjaya disiapkan.



Terima kasih yang tidak terhingga kepada keluarga yang memahami dan sentiasa menyokong dari awal hingga akhir pengajian ini. Pengorbanan yang akan sentiasa diingati sepanjang hayat. Hanya Allah yang mampu membalas jasa mereka. Akhir sekali kepada semua yang pernah membantu dalam perjuangan ini. Terima kasih.





## ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti tahap amalan pemasaran dalaman dan tahap aktiviti tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan di daerah Mersing, Johor. Selain itu, kajian ini juga bertujuan untuk mengkaji pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan. Kaedah pendekatan kuantitatif telah digunakan dalam kajian ini. Pengumpulan data kajian dibuat berdasarkan sampel yang terdiri daripada 280 orang guru-guru sekolah kebangsaan di daerah Mersing, Johor. Kaedah persampelan melibatkan pensampelan secara berkelompok dan secara rawak mudah. Soal selidik digunakan sebagai instrumen bagi mengumpul data kajian. Kajian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferens bagi memenuhi objektif kajian. Analisis statistik deskriptif dijalankan bagi menentukan tahap aktiviti pemasaran dalaman dan tahap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi. Analisis ini juga digunakan bagi melaporkan gambaran keseluruhan profil responden. Analisis regresi linear mudah pula dilakukan bagi tujuan menguji hipotesis yang dicadangkan. Dapatan menunjukkan bahawa aktiviti pemasaran dalaman ( $\bar{x}=4.47$ ) dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ( $\bar{x} = 4.57$ ) berada pada tahap yang tinggi. Seterusnya, hasil analisis regresi linear mudah juga menunjukkan bahawa aktiviti pemasaran dalaman mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ( $\beta=0.803$ ,  $p < 0.05$ ). Kesimpulannya, peningkatan dalam pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman di sekolah mempengaruhi peningkatan dalam amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah. Implikasinya, aktiviti pemasaran dalaman berupaya membantu pihak yang berkaitan dalam merancang dan melaksanakan polisi-polisi yang bersesuaian sebagai usaha untuk memperkasakan sektor pendidikan di Malaysia seperti pelaksanaan sistem tadbir urus yang berkesan dan menggalakkan persekitaran pekerjaan yang harmoni.





## THE EFFECT OF INTERNAL MARKETING ACTIVITIES ON ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR PRACTICES AMONG PRIMARY SCHOOLS TEACHERS IN MERSING, JOHOR

### ABSTRACT

This study aims to determine the level of internal marketing activities and the level of organizational citizenship behaviour practices among primary schools teachers in Mersing, Johor. This study also determines the influence of internal marketing on organizational citizenship behaviour among primary school teachers. Quantitative approach was applied in this study. Participants were 280 teachers from primary schools in Mersing, Johor. Participants were chosen based on cluster sampling and subsequently simple random sampling method. Questionnaires were used as an instrument in this study to collect the data. The data were analyzed using descriptive statistic and inferential analysis. The descriptive statistic used to determine the level of internal marketing activities and organizational citizenship behaviour and to summarize respondent profile. The inferential statistic i.e. simple linear regression analysis was used to test the proposed hypothesis. The results showed the total mean scores of internal marketing ( $\bar{x} = 4.47$ ) and organizational citizenship behaviour ( $\bar{x} = 4.57$ ) were at a high level. The results from simple linear regression analysis also showed internal marketing activities had a significant influence on organizational citizenship behaviour practices ( $\beta=0.803$ ,  $p < 0.05$ ). In conclusion, the increase of internal marketing activities at school will positively increase organizational citizenship behaviour practices among teachers. In implication, internal marketing activities will assist the relevant parties in planning and implementing suitable policies to empower the educational sector in Malaysia such as the implementation of effective governance system and to create harmonious workplace environment.



## KANDUNGAN

### Muka Surat

<b>PENGAKUAN</b>	ii
<b>PENGHARGAAN</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>KANDUNGAN</b>	vi
<b>SENARAI JADUAL</b>	ix
<b>SENARAI LAMPIRAN</b>	x
<b>BAB 1 PENGENALAN</b>	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Latar belakang kajian	2
1.3 Pernyataan masalah	10
1.4 Objektif kajian	16
1.5 Soalan kajian	16
1.6 Hipotesis kajian	17
1.7 Kerangka konseptual	17
1.8 Definisi operasional	18
1.8.1 Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi	18
1.8.2 Aktiviti pemasaran dalaman	18

1.9 Kepentingan kajian 19

1.10 Batasan kajian 21

1.11 Rumusan 22

**BAB 2 KAJIAN LITERATUR 23**

2.1 Pendahuluan 23

2.2 Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi 24

2.3 Aktiviti pemasaran dalaman 37

2.4 Teori jangkaan 47

2.5 Hipotesis kajian 49

2.6 Rumusan 51

**BAB 3 METODOLOGI KAJIAN 52**

3.1 Pendahuluan 52

3.2 Reka bentuk kajian 52

3.3 Lokasi 53

3.4 Populasi 53

3.5 Pensampelan 56

3.6 Instrumen kajian 59

3.7 Kajian rintis 62

3.7.1 Ujian kebolehpercayaan 63

3.7.2 Kesahan skala pengukuran 64

3.8 Kaedah pengumpulan data 67

3.9 Kaedah analisis data 68

3.10 Rumusan 73

<b>BAB 4 DAPATAN KAJIAN</b>	75
4.1 Pengenalan	75
4.2 Analisis deskriptif statistik	76
4.3 Analisis andaian regresi	83
4.4 Analisis regresi linear mudah	85
4.5 Keputusan ujian hipotesis	87
4.6 Rumusan	88
<b>BAB 5 PERBINCANGAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>	89
5.1 Pengenalan	89
5.2 Perbincangan terhadap dapatan kajian	90
5.2.1 Apakah tahap aktiviti pemasaran dalaman yang dilaksanakan di sekolah kebangsaan?	92
5.2.2 Apakah tahap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan?	94
5.2.3 Adakah terdapat pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan?	96
5.3 Implikasi dapatan kajian	98
5.4 Limitasi dan kajian lanjutan	100
5.5 Rumusan	102
<b>RUJUKAN</b>	104
<b>LAMPIRAN</b>	132

## SENARAI JADUAL

No. Jadual		Muka Surat
3.1	Senarai Sekolah dan Jumlah Guru	54
3.2	Jadual Krejcie dan Morgan penentuan saiz sampel:	55
3.3	Senarai sampel kajian	58
3.4	Item Pengukuran Bahagian B Aktiviti Pemasaran Dalam	59
3.5	Item Pengukuran Bahagian C Amalan Tingkah Laku Kewarganegaraan Organisasi	61
3.6	Analisis Kepercayaan Skala Pengukuran	64
3.7	Jadual Korelasi Item Dengan Total Skor Amalan Pemasaran Dalam	65
3.8	Jadual Korelasi Item Dengan Total Skor Amalan Tingkah Laku Kewarganegaraan Organisasi	66
3.9	Julat bagi Tahap Aktiviti Pemasaran Dalam dan Amalan Tingkah laku Kewarganegaraan Organisasi	71
3.10	Andaian-andaian Utama Ujian Regresi	71
4.1	Latar Belakang Responden (n= 280)	77
4.2	Aktiviti Pemasaran Dalam (n – 280)	79
4.3	Amalan Tingkah laku Kewarganegaraan Organisasi (n = 280)	82
4.4	Keputusan Analisis <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	83
4.5	Keputusan Analisis Regresi Linear Mudah ( <i>Model Summary</i> dan ANOVA	86
4.6	Keputusan Analisis Regresi Linear Mudah ( <i>Coefficients</i> )	87



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

X

## SENARAI LAMPIRAN

A Borang Soal Selidik



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



## BAB 1

### PENGENALAN

#### 1.1 Pendahuluan



Bab ini memberi gambaran secara keseluruhan mengenai kajian yang akan dijalankan. Komponen-komponen dalam bab ini merangkumi beberapa subtajuk yang berfungsi dalam menerangkan kajian ini dengan lebih lanjut. Subtajuk 1.2 menerangkan tentang latar belakang kajian, subtajuk 1.3 menghuraikan tentang permasalahan kajian manakala subtajuk 1.4 pula memperincikan objektif-objektif kajian. Seterusnya diikuti dengan subtopik 1.5 yang menyatakan tentang persoalan kajian. Dalam pada itu, subtopik 1.6 mengandungi hipotesis kajian, subtopik 1.7 menjelaskan kerangka konseptual kajian dan subtopik 1.8 pula menjelaskan tentang definisi operasional dalam kajian ini. Selanjutnya, subtopik 1.9 mengandungi kepentingan kajian, subtopik 1.10 menerangkan tentang batasan kajian dan diikuti dengan subtopik 1.11 yang merumuskan bab ini.





## 1.2 Latar belakang kajian

Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi mula dibincangkan oleh para pengkaji secara mendalam sejak sekitar tahun 1980-an lagi (Organ, 1988; Smith, Organ, & Near, 1983). Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dijelaskan sebagai penglibatan individu secara rela hati tanpa ada paksaan di luar bidang tugas rasminya yang menyumbang kepada kejayaan organisasi (Podsakoff & MacKenzie, 1994). Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ini juga tidak melibatkan sebarang ganjaran atau imbuhan dalam bentuk yang formal dan tiada hukuman yang akan dikenakan sekiranya seseorang individu itu memilih untuk tidak melibatkan diri. (Organ, 1988). Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi juga mempunyai peranan dalam menjadikan sesebuah organisasi lebih efektif dan merupakan salah satu faktor yang menyumbang kepada kejayaan organisasi (Podsakoff, Mackenzie, Paine, & Bachrach, 2000).



Berdasarkan ciri-ciri dan kesan-kesan positif daripada amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ini, para pengkaji mula tertarik untuk menjalankan kajian secara lebih meluas mengenai amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Tamam, Churiyah, & Zagladi, 2023). Pola kajian berkaitan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi menunjukkan peningkatan sejak tahun 1930 hingga kini (Sya'bania & Churiyah, 2022). Pelbagai kajian telah dijalankan berkaitan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam sektor-sektor yang berasaskan keuntungan dan sektor-sektor awam (Azila-Gbettor, 2022; de Geus, Ingrams, Tummers, & Pandey, 2020; Istiqomah & Riani, 2021; Jung, Seo, & Yun, 2020; Zayed et al., 2022; Zulfia & Syamsir, 2023). Kajian-kajian ini meliputi pelbagai aspek seperti jenis-jenis amalan, instrumen-instrumen, punca dan penentu kepada amalan tingkah





laku kewarganegaraan organisasi (Harvey, Bolino & Keleman, 2018; Pletzer, Oostrom & de Vries, 2021).

Walaupun berlaku perkembangan dalam kajian berkaitan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi, banyak penyelidik menjalankan kajian dalam sektor perniagaan (Tagliabue, Sigurjonsdottir, & Sandaker, 2020). Kajian berkaitan sektor awam pula agak sukar ditemui jika dibandingkan dengan sektor-sektor yang berasaskan keuntungan (Ingrams, 2020). Kesukaran untuk mendapatkan kajian-kajian tentang amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam sektor awam menyukarkan penyelidik-penyelidik lain untuk mendapatkan literatur-literatur dalam menyempurnakan kajian mereka (Mahfudz, Sukresna, Laksana, & Shaferi, 2019).



kepada masyarakat dan menguruskan perjalanan pentadbiran negara (Florina, 2017). Pengurusan pentadbiran yang efisien dan efektif akan melancarkan urusan masyarakat malah meningkatkan imej sektor awam (Curristine, Lonti, & Joumard, 2007). Kecekapan amat penting dalam sektor awam terutama yang melibatkan beban kerja yang tinggi seperti sektor kesihatan dan sektor pendidikan (Afonso, Jalles, & Venâncio, 2023; Lucifora, 2023). Oleh yang demikian, kajian tentang amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi juga perlu dikaji secara meluas dalam sektor awam terutamanya dalam sektor pendidikan bagi memantapkan dan mempelbagaikan lagi pengetahuan-pengetahuan yang wujud dan seterusnya dapat membantu meningkatkan kualiti perkhidmatan yang sedia ada.





Dalam membantu sektor pendidikan yang merupakan sektor awam mencapai tahap penyampaian yang tinggi, aktiviti pemasaran dalaman merupakan salah satu bentuk aktiviti pengurusan yang boleh dipraktikkan dalam urusan pentadbiran kerana keberkesanannya dalam pengurusan sumber manusia (Belias, Vasiliadis, & Velissariou, 2020; Cioclov, Naghi, & Boldea, 2016). Aktiviti pemasaran dalaman secara ringkasnya bermaksud usaha organisasi menggunakan pendekatan pemasaran dalam memotivasikan dan mengintegrasikan ahli organisasi mereka dengan perkhidmatan, budaya, matlamat dan objektif organisasi dan seterusnya melahirkan ahli organisasi yang dapat memberikan perkhidmatan yang memuaskan kepada pelanggan (Rafiq & Ahmed, 2000). Aktiviti pemasaran dalaman ini juga dijelaskan sebagai organisasi memberikan layanan yang baik terhadap ahli organisasi mereka sama seperti mereka melayani para pelanggan mereka (Berry, 1981). Sekiranya ahli organisasi berasa gembira maka mereka juga akan gembira dalam memberikan perkhidmatan yang baik semasa melayani pelanggan (Berry, 1981).

Pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman mampu meningkatkan tahap penglibatan ahli organisasi dengan organisasi, tahap prestasi kerja, kepuasan pekerja, kesetiaan dan komitmen para pekerja terhadap organisasi (Chiu, Won, & Bae, 2020; Foreman & Money, 1995; Frye, Kang, Huh, & Lee, 2020; Ibrahim & Yesiltas, 2021; Sriphong, Raden-Ahmad, Kachonkittiya, & Suksawang, 2022; Taştan & Davoudi, 2020). Di samping itu, tahap inovasi para pekerja juga didapati turut meningkat apabila organisasi mengamalkan aktiviti pemasaran dalaman (Imani, Foroudi, Seyyedamiri, & Dehghani, 2020). Tambahan lagi, pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman juga berupaya mengurangkan tahap tekanan, kelelahan mental, emosi dan fizikal yang dialami oleh para pekerja berpunca daripada pengagihan kerja yang banyak (Arikan & Öztürk, 2022; Chiang & Liu, 2017; Gheorghe, Purcărea, Gheorghe, & Popa-Velea, 2020).





Seterusnya, organisasi yang berasaskan perkhidmatan juga mempunyai kelebihan apabila melaksanakan aktiviti pemasaran dalaman kerana pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman dalam organisasi mampu meningkatkan kualiti perkhidmatan ahli organisasi dan kepuasan pelanggan organisasi tersebut (De Bruin, Roberts-Lombard, & De Meyer-Heydenrych, 2021; Demir, 2022). Tambahan lagi, aktiviti pemasaran dalaman juga memotivasikan dan menginspirasi para pekerja di samping meningkatkan kegembiraan para pekerja (Huang, 2019; Safari, Salehzadeh, Dehbashi, & Yazdi, 2017; Tang, Chang, Wang, & Lai, 2020). Jelas bahawa pengamalan aktiviti pemasaran dalaman berupaya membantu organisasi mencapai matlamat dan objektif mereka sekiranya tahap kepuasan dan kegembiraan para pekerja berada pada tahap yang optimum (Huang, Rundle-Thiele, & Chen, 2018).



Walaupun aktiviti pemasaran menunjukkan faedah dan kesan positif yang banyak, kajian berkaitan aktiviti pemasaran dalaman dalam sektor awam masih kurang dipelopori oleh para pengkaji (Ewing & Caruana, 1999; Magatef & Momani, 2016). Kesannya, sukar untuk diketahui sama ada aktiviti pemasaran dalaman dilaksanakan secara meluas atau tidak di sektor-sektor awam yang lain (Ewing & Caruana, 2000).

Sektor pendidikan merupakan salah satu daripada sektor awam. Pendidikan formal dilihat sebagai pendidikan yang amat utama kerana mempunyai ciri-ciri yang istimewa seperti diberi kuasa untuk mengukur pencapaian para pelajar menerusi sistem-sistem peperiksaan yang berwibawa dan diiktiraf dunia (Kamaruddin M. Said, 2015; Kodama, 2017). Dalam sistem pendidikan formal seperti pendidikan di sekolah, guru-guru memainkan peranan utama dalam menjayakan dan melancarkan





perjalanan dan hala tuju pendidikan di samping menyumbang kepada kejayaan para pelajar (Fauth, et al., 2019).

Perkembangan pendidikan yang berlaku pada masa ini memberikan cabaran kepada para pendidik terutamanya golongan guru (Weisberger, Grinshtain, & Blau, 2021). Peranan guru pada waktu ini bukan sekadar mengajar sahaja malah turut bertanggung jawab dalam membantu membentuk peribadi dan sahsiah diri pelajar di samping bekerjasama dengan ibu bapa dan masyarakat untuk membina komuniti pembelajaran yang harmoni (Hayati Ismail, 2017). Berikutan peranan guru yang pelbagai ini, para guru berpotensi terdedah kepada keadaan emosi, mental dan keletihan fizikal disebabkan tekanan yang berpanjangan kerana para guru perlu sentiasa peka terhadap sebarang tugas dan tanggung jawab mereka bagi memastikan matlamat dan objektif pendidikan tercapai (Pressley, 2021).



Selain itu, golongan guru mempunyai tanggung jawab dan peranan yang amat besar dalam menentukan kejayaan para pelajar di sekolah (Banerjee, Stearns, Moller, & Mickelson, 2017; Denessen, Keller, Van den Bergh, & Van den Broek, 2020; Ladd & Sorensen, 2017). Selain tugas mengajar, golongan guru turut memupuk peribadi pelajar dengan nilai-nilai murni, berkomunikasi secara langsung dengan personaliti para pelajar, mempromosikan visi dan misi sekolah, dan membantu rakan-rakan guru yang lain (Banda & Mutambo, 2016). Situasi ini menunjukkan bahawa golongan guru mempunyai beban kerja yang agak banyak (Huyghebaert, Gillet, Beltou, Tellier, & Fouquereau, 2018; Manuel, Carter, & Dutton, 2018).





Tahap cabaran untuk golongan guru semakin meningkat pada masa kini selepas berlaku perkembangan dalam sistem pendidikan (Phang, Chong, Che Mustafa, & Mohd Jamil, 2023). Golongan guru perlu melaksanakan dan menyempurnakan bukan sahaja tugas-tugas sedia ada malah perubahan-perubahan baru yang telah diperkenalkan (Kalloo, Mitchell, & Kamalodeen, 2020). Perubahan polisi dalam sistem pendidikan yang berlaku juga telah mendatangkan tekanan dan kebimbangan bagi para guru untuk mencapai sasaran terkini yang ditetapkan oleh pihak kementerian dan pentadbir (Ben-Peretz & Flores, 2018).

Tambahan pula, dengan pengenalan unsur teknologi maklumat dalam sistem pendidikan yang turut membawa kepada keperluan para guru untuk memantapkan dan melengkapkan diri mereka lagi dengan pengetahuan teknologi agar proses pembelajaran dan pemudahcaraan berlangsung tanpa ada sebarang halangan (Keay, Carse, & Jess, 2018). Para guru juga perlu menyesuaikan diri dengan penggunaan teknologi kerana penggunaannya yang sangat kerap dalam melancarkan proses pembelajaran dan pentadbiran (Mazman Akar, 2019). Namun begitu terdapat kajian yang mendapati bahawa tahap penerimaan guru terhadap teknologi adalah rendah dalam kalangan guru lelaki yang telah berusia (Cobo-Rendon et al., 2021). Situasi ini secara tidak langsung menjadi halangan dalam kelancaran proses pembelajaran (Chand, Deshmukh, & Shukla, 2020).

Perbincangan isu beban tugas guru ini bukan sahaja melibatkan peringkat nasional malah turut meliputi peringkat global. Sebagai contohnya, kerajaan United Kingdom telah melakukan soal selidik pada Oktober 2014 bagi mengenal pasti usaha untuk mengurangkan beban kerja guru di sekolah dan lebih daripada 44,000 responden telah memberi maklum balas terhadap soalan-soalan yang diberikan





(Government UK, 2020). Antara soalan-soalan yang diberikan termasuklah tugas yang tidak produktif atau tidak diperlukan, strategi yang berkesan dalam menguruskan beban kerja di sekolah dan tindakan yang boleh dilakukan oleh pihak kerajaan dan sekolah dalam meminimalkan beban kerja. Dapatan kajian mendapati bahawa beban kerja guru berjaya dikurangkan dengan pengurangan aktiviti-aktiviti menanda dan maklum balas, rancangan mengajar, pemantauan, merekod data, dan polisi komunikasi (Government UK, 2020).

Sementara itu, terdapat rencana yang membincangkan kesan-kesan, punca-punca dan langkah-langkah yang perlu diambil bagi menyelesaikan isu bebanan kerja guru ini (Wan Normi Hasan, 2019). Pada waktu yang sama, wujud saranan daripada pihak guru-guru agar pihak kerajaan perlu lebih serius dalam usaha-usaha meringankan beban kerja guru bagi membolehkan para guru lebih fokus terhadap pelajar dan seterusnya dapat membantu mereka dalam membentuk nilai peribadi dan sahsiah diri pelajar (Aliza Shah, 2018). Sekiranya beban kerja guru berjaya dikurangkan, para guru bakal mempunyai lebih masa untuk mendekati dan membantu pelajar-pelajar secara individu di samping memberi inspirasi kepada mereka kerana setiap pelajar mempunyai latar belakang yang berbeza (Hazlina Aziz, 2018). Namun begitu, sekiranya situasi beban kerja yang berat ini gagal diatasi, pelbagai masalah akan wujud dalam kalangan guru seperti keletihan emosi, gangguan kesihatan, gangguan keresahan, tekanan, dan depresi (Baeriswyl, Bratoljic, & Krause, 2021; Bratberg, Holmås, & Monstad, 2020; Gul, Tahir, & Batool, 2021; Jafar, Sulaiman, & Dahlan, 2022; Liu & Yan, 2020).





Tambahan lagi, terdapat segelintir guru yang tidak mahu mengamalkan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi di sekolah (Gnanarajan, Kengatharan & Velnampy; 2020; Huda, 2019). Golongan guru ini tidak hadir bertugas, enggan membantu rakan guru yang lain, mengabaikan tugas-tugas utama, malah berkonflik dengan guru-guru yang lain (Gicheva, 2022; Gnanarajan et al., 2020; Huda, 2019; Somashekhar, Pundhir, & Saxena, 2011). Terdapat juga golongan guru yang hanya menyempurnakan tugas formal sahaja dan tidak mengambil bahagian dalam tugas-tugas tidak formal (Gnanarajan et al., 2020). Situasi ini menimbulkan suasana yang tidak harmoni dalam persekitaran pekerjaan (Anjum, Ming, Siddiqi, & Rasool, 2018; Venz & Nesher Shoshan, 2022).

Masalah beban kerja dan konflik peribadi juga menjadi antara faktor guru-guru tidak terlibat dengan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Pooja, De Clercq, & Belausteguigoitia, 2016). Pihak pengurusan boleh bertindak mewujudkan situasi interaksi sosial yang mesra bagi mengatasi masalah guru-guru yang enggan terlibat dengan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Pooja et al., 2016). Di samping itu, pelaksanaan aktiviti pemasaran juga dapat menyumbang kepada kegembiraan ahli organisasi dan seterusnya dapat mengelakkan konflik di tempat kerja (Ferreira Vasconcelos, 2008; Tang, Chang, Wang, & Lai, 2020).

Pengurusan yang cekap dan berkesan berupaya mengawal masalah-masalah yang berpunca daripada beban kerja yang banyak ini (Inegbedion, Inegbedion, Peter, & Harry, 2020; Shao, Nijstad, & Täuber, 2019). Pelbagai bentuk pengurusan boleh dilaksanakan oleh pihak pentadbir dalam mewujudkan sistem pengurusan organisasi yang baik, cekap dan berkesan (Jamail, Don, & Zain, 2019; Muhaimed, Hawas, & Mohammed, 2021; Trofimov et al., 2019). Masalah beban kerja yang dihadapi oleh





para guru dilihat sukar diselesaikan, tetapi kesan-kesan yang timbul akan berjaya dikawal dengan bantuan pihak pengurusan dan kepimpinan yang melaksanakan sistem pengurusan yang efektif (Firdaus, Akuba, & Dian, 2019).

Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi berupaya menyumbang kepada kejayaan organisasi (Podsakoff et al., 2000). Institusi pendidikan seperti di sekolah juga berpeluang meningkatkan kecekapan, prestasi dan kejayaan sekiranya guru-guru komited mengamalkan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Kongjinda, Niyamabha, Wichitpatcharaporn, Moore, & Koedsuwan, 2020). Sehubungan itu, kajian mengenai pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ini dilakukan bagi mencari penyelesaian bagi mengatasi masalah guru-guru kurang terlibat dengan amalan tingkah laku kewarganegaraan.



### 1.3 Pernyataan masalah

Pelaksanaan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam sektor pendidikan terutama dalam kalangan guru akan menyumbang kepada kejayaan sekolah (Kongjinda et al., 2020). Namun begitu, wujud golongan guru yang tidak mengambil bahagian dalam pelaksanaan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi walaupun amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi merupakan amalan yang positif (Organ, 1988). Terdapat golongan guru yang melakukan amalan tingkah laku kerja tidak produktif yang bertentangan dengan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi seperti tidak hadir bertugas, mengabaikan tugas-tugas utama, malah berkonflik dengan guru-guru yang lain (Gicheva, 2022; Gnanarajan et





al., 2020; Huda, 2019; Somashekhar, Pundhir, & Saxena, 2011). Tambahan lagi, ada golongan guru yang tidak mengambil bahagian dalam tugas-tugas tidak formal, sebaliknya hanya melakukan tugas-tugas formal sahaja (Gnanarajan et al., 2020). Tingkah laku ini menyumbang kepada persekitaran kerja yang negatif malah memberi kesan buruk kepada pembelajaran dan pencapaian pelajar (Anjum, Ming, Siddiqi, & Rasool. 2018; Buck, 2019; Venz & Neshor Shoshan, 2022). Oleh itu, kajian ini akan mengkaji tahap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi guru-guru di sekolah kebangsaan.

Mutakhir ini, kajian berkaitan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi giat dijalankan di sektor-sektor pendidikan (de Geus et al., 2020). Meskipun begitu, kajian yang dijalankan tidak mewakili keseluruhan populasi pendidik. Pensyarah-pensyarah dan guru-guru sekolah menengah menjadi fokus dalam kajian yang dilakukan (Laras, Jatmiko, & Nugroho, 2021; Makvandi, Naderi, Makvandi, Pasha, & Ehteshamzadeh, 2018; Marinova, Cao, & Park, 2018; Paramaatha, Mukhtar, & Akbar, 2019; Purwanto, 2020). Pemilihan guru-guru sekolah kebangsaan di Malaysia sebagai sampel kajian juga amat terhad. Perkara ini menyebabkan kekurangan dapatan kajian terkini berkaitan guru-guru di sekolah kebangsaan. Oleh itu, kajian terkini yang memilih guru-guru sekolah kebangsaan perlu dipelbagaikan lagi bagi mengukuhkan dapatan kajian sedia ada (Ummi Naiemah Saraih, 2020).

Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi sebagai pemboleh ubah utama yang masih relevan dalam kajian para penyelidik (Ocampo et. al., 2018). Pelbagai kajian terus dijalankan dalam meluaskan lagi pengetahuan tentang amalan-amalan ini. Kajian-kajian terkini dalam pelbagai bidang telah dilakukan termasuklah psikologi (Aranda, Hurtado, & Topa, 2018; Griep & Vantilborgh, 2018), perniagaan





(Anand, Vidyarthi, & Rolnicki, 2018; Klotz, Bolino, Song, & Stornelli, 2018), pendidikan (Bauwens, Audenaert, Huisman, & Decramer, 2019; Quraishi & Aziz, 2018), dan perhotelan (Dai, Hou, Chen, & Zhuang, 2018) telah diterbitkan. Namun begitu dapatan kajian berkaitan sektor-sektor awam amat sedikit jika dibandingkan dengan dapatan kajian berkaitan sektor-sektor yang lain (de Geus et al., 2020). Maka, timbul isu-isu yang perlu dikaji dengan lebih lanjut lagi dalam sektor-sektor awam. Dalam kajian ini, sekolah kebangsaan berada di bawah sektor pendidikan yang merupakan salah satu daripada sektor awam (Afonso et al., 2023).

Aktiviti pemasaran dalaman dikaji secara meluas dalam sektor-sektor perkhidmatan (Al Samman & Mohammed, 2020). Antara sektor-sektor yang dikaji merupakan sektor perbankan (De Bruin et al., 2021; Mainardes, Rodrigues, & Teixeira, 2019; Park & Tran, 2018), perhotelan (Črnjar, Dlačić, & Milfelner, 2020; Hilal, 2020; Tsiotas, Belias, & Niavis, 2020), peruncitan (Ozuem, Limb, & Lancaster, 2016; Sarker & Ashrafi, 2018), kesihatan (Kim & Kim, 2021; Mohamed, Diab, & El-Kholy, 2021; Suprihanto, Wrangkani, & Meliala, 2016), perniagaan (Al-Abdallah, 2021; Jalilvand, Nasrolahi Vosta, Khalilakbar, Khazaei Pool, & Tabaeian, 2017), pelancongan (Kong, Jiang, Chan, & Zhou, 2018; Salah, Mohamed Abou-Shouk, & Fawzy, 2019; Thyne, Woosnam, Watkins, & Ribeiro, 2020) dan penerbangan (Abd-Elmageed, Sayed Amin Abd-Allah, & Hizah, 2021; Chen, Huang, Pak, & Hou, 2021; George, 2021). Namun begitu, kajian aktiviti pemasaran dalaman berkaitan sektor-sektor awam agak sukar ditemui manakala kajian banyak menumpukan kepada sektor-sektor yang berasaskan keuntungan sahaja (Qiu, Boukis, & Storey, 2021). Kekurangan kajian menyeluruh di sektor-sektor awam ini memerlukan lebih banyak penyelidikan dijalankan agar dapat mendapat maklumat yang kukuh mengenai aktiviti-aktiviti pemasaran dalaman di sektor-sektor awam termasuklah dalam sektor pendidikan.





Dalam sektor pendidikan, terlalu sedikit kajian yang dijalankan berkaitan aktiviti pemasaran dalaman (Qiu et al., 2021). Terdapat beberapa kajian yang dilakukan berkaitan sektor pendidikan, namun begitu, banyak kajian yang dijalankan di peringkat pendidikan tinggi (Al-Hazmi, 2020; Sahibzada, Jianfeng, Latif, & Shafait, 2019; Soza, Dilman, & Banaz, 2018). Dapatan kajian berkaitan sekolah-sekolah awam juga amat jarang ditemui (Huang, 2019). Walaupun terdapat beberapa kajian lalu ada yang dijalankan di sekolah awam, namun jumlah kajian yang terkini adalah sangat terhad (Duyan, 2020; Pavlidou & Efstathiades, 2021). Oleh yang demikian, wujud keperluan untuk mengetahui tahap pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman di sekolah-sekolah awam di mana dalam kajian ini, sekolah kebangsaan merupakan salah satu daripada sekolah awam.

Pelbagai kajian telah dijalankan untuk menguji kesan, hubungan, impak dan faktor-faktor penyumbang kepada amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi. Antaranya adalah seperti kepercayaan organisasi (Choong, Jamal @ Nordin Yunus, Hamidah Yusof, Krishna Moorthy, & Siew, 2018), kepuasan kerja (Alsheikh & Sobihah, 2019; Kayaalp, Page, & Gumus, 2021; King, Bowling, & Eschleman, 2021), pengurusan sumber manusia (Gahlawat & Kundu, 2018; Kerdpitak & Jermsttiparsert, 2020; Salas-Vallina, Pasamar, & Donate, 2021), keadilan (Donglong, Taejun, Julie, & Sanghun, 2019; Khaola & Rambe, 2021; Tran & Choi, 2019), dan komitmen (Achi & Maamari, 2021; Alshaabani, Naz, Magda, & Rudnák, 2021; Ribeiro, Duarte, Filipe, & David, 2022). Namun begitu, kajian berkaitan penggunaan pemboleh ubah aktiviti pemasaran dalaman sebagai faktor penentu kepada amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi masih belum meluas lagi (Huang, 2019). Hanya terdapat beberapa kajian terkini sahaja yang benar-benar berfokus kepada aktiviti pemasaran





dalam sebagai pemboleh ubah bebas kepada amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Akbari, Chaijani, & Aletaha, 2019).

Dalam konteks sekolah, antara matlamat aktiviti pemasaran dalam ialah untuk menyediakan persekitaran tempat kerja yang menarik kepada para guru (Isfahani, Yarali & Kazemi, 2012). Penyediaan persekitaran tempat kerja yang menarik bermaksud mewujudkan suasana dan persekitaran pekerjaan yang mampu memberi kegembiraan kepada para guru (Isfahani et al., 2012). Faktor kegembiraan merupakan antara faktor yang menyumbang kepada pelaksanaan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Rego, Ribeiro, & Cunha, 2010; Salas-Vallina, Pasamar, & Donate, 2017). Oleh itu, dengan pelaksanaan aktiviti pemasaran dalam di sekolah, para guru turut berasa gembira dan seterusnya menyumbang kepada peningkatan dalam amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Rego et al., 2010).

Seterusnya, dapatan kajian mengenai pengaruh aktiviti pemasaran dalam sebagai faktor kepada amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi yang dijalankan di sekolah-sekolah masih lagi terhad (Musa, Ijaiya, & Zubairu, 2021). Beberapa kajian terdahulu telah dijalankan tetapi kajian tersebut dijalankan di peringkat pendidikan tinggi (Vel, Shah, Mathur, & Pereira, 2019). Oleh itu, amat sukar untuk menilai dan mengetahui kedudukan sebenar kajian pengaruh aktiviti pemasaran dalam ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi di sekolah kerana kekurangan bukti dalam menyokong kajian ini.





Dalam konteks Malaysia pula, kajian pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi masih berada pada tahap yang sedikit (Musa et al., 2021). Banyak dapatan kajian yang dijalankan berkaitan perkara ini bersumber daripada kajian di luar negara seperti United Kingdom, Taiwan dan Amerika (Huang, 2019). Faktor perbezaan budaya dan persekitaran yang berbeza menyukarkan untuk memberi gambaran yang tepat tentang situasi sebenar yang berlaku di Malaysia. Oleh itu, penting agar kajian di Malaysia dipertingkat bagi mendapat hasil dapatan yang tepat.

Justeru itu, menyedari kurangnya kewujudan kajian di dalam sektor-sektor awam, sektor pendidikan dan dalam konteks penyelidikan di Malaysia, timbul keperluan untuk memperkayakan lagi dapatan-dapatan kajian bagi mengelakkan berlakunya kekeliruan, ketidakpastian dan masalah sumber rujukan yang terhad (Al-Mamary, 2021). Tambahan lagi, masih terdapat beberapa keraguan terhadap faktor-faktor penentu dan kesan-kesan daripada aktiviti pemasaran dalaman dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi seterusnya memerlukan lebih banyak kajian secara mendalam lagi (de Geus et al., 2020; Huang, 2019; Ocampo et al., 2018). Kajian pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi memerlukan lebih banyak kajian lagi kerana terdapat bukti empirikal bahawa aktiviti pemasaran dalaman dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi menyumbang kepada peningkatan kualiti perkhidmatan, kecekapan dan kejayaan sesebuah organisasi (Akbari, Aletaha, & Hooshmand, 2018; Chiu et al., 2020; Ong'unya, Kowa, Wakibi, & Ssenyange, 2019; Ramalakshmi & Ravindran, 2022). Sehubungan itu, kajian pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ini dijalankan bagi memenuhi jurang-jurang kajian yang wujud.





#### 1.4 Objektif kajian

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengkaji pengaruh aktiviti pemasaran dalaman terhadap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru sekolah kebangsaan di daerah Mersing. Berikut merupakan objektif-objektif kajian ini:

1. Untuk mengenal pasti tahap aktiviti pemasaran dalaman yang dilaksanakan di sekolah kebangsaan.
2. Untuk mengenal pasti tahap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan.
3. Untuk menentukan pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan



#### 1.5 Soalan kajian

Kajian ini akan menjawab soalan-soalan yang berikut:

1. Apakah tahap aktiviti pemasaran dalaman yang dilaksanakan di sekolah kebangsaan?
2. Apakah tahap amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan?
3. Adakah terdapat pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan?



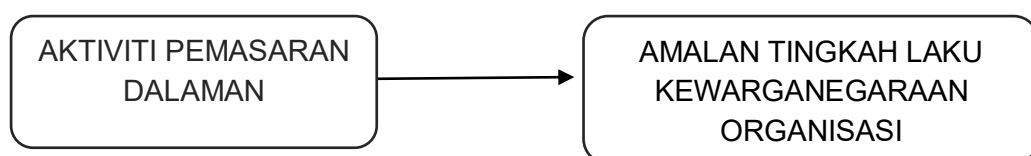
## 1.6 Hipotesis kajian

Hipotesis yang akan diuji dalam kajian ini ialah:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan bagi aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru di sekolah kebangsaan.

## 1.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini melibatkan teori satu teori utama iaitu Teori Jangkaan. Melalui kerangka ini, guru-guru bermotivasi untuk mengamalkan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi apabila mereka menjangkakan pelaksanaan aktiviti pemasaran dalaman oleh pihak pengurusan dan pentadbir untuk menjaga kebajikan, memberi penghargaan dan anugerah dan menjamin keselesaan guru-guru dan seterusnya dapat meningkatkan tahap kepuasan guru-guru. Aktiviti pemasaran dalaman juga mengandungi dimensi faedah, manfaat dan ganjaran. Oleh itu, kerangka konseptual bagi penyelidikan ini dapat dilihat menerusi Rajah 1.1. Rajah tersebut menunjukkan aktiviti pemasaran dalaman mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi.



Rajah 1.1. Kerangka Konseptual Kajian



## 1.8 Definisi Operasional

### 1.8.1 Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi

Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi merujuk kepada penglibatan para guru secara rela hati tanpa ada paksaan di luar bidang tugas rasmi mereka yang menyumbang kepada kejayaan organisasi (Posdakoff & MacKenzie, 1994). Amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi merujuk kepada para guru melibatkan diri dalam melakukan tugas-tugas yang berada di luar skop tugas mereka secara tanpa paksaan untuk menghasilkan kejayaan kepada organisasi (Organ, 1988; Oplatka, 2009; Dipaola & Hoy, 2005; Runhaar, Konermann, & Sanders, 2013; Somech, 2016).



### 1.8.2 Aktiviti pemasaran dalaman



Aktiviti pemasaran dalaman ditakrifkan sebagai kerjasama antara dua elemen utama iaitu organisasi dan pekerja dalam menjayakan organisasi di mana pihak organisasi membentuk, menyediakan dan melaksanakan polisi dan persekitaran tempat kerja yang kondusif agar setiap pekerja akan lebih bermotivasi dalam memberi perkhidmatan yang berkualiti sekaligus memuaskan hati pelanggan (Berry, 1981; Lusch, Boyt, & Schuler, 1996, Ahmed & Rafiq, 2003; Yildiz & Kara, 2017; Kotler & Armstrong, 2018).





## 1.9 Kepentingan kajian

Kajian berkaitan pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi ini mempunyai kandungan yang mampu membantu dan memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam sistem pendidikan negara. Pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam pendidikan terbahagi kepada Kementerian Pendidikan Malaysia, Jabatan Pendidikan Negeri, Pejabat Pendidikan Daerah dan sekolah di mana Kementerian Pendidikan Malaysia memainkan peranan paling penting dalam membangun, mengurus, mentadbir dan menggubal dasar dan sistem pendidikan di negara ini (The University of Nottingham, 2019). Selain itu, pihak-pihak yang terlibat secara tidak langsung pula termasuklah Kementerian Sumber Manusia, Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Malaysia dan para penyelidik.



Dapatan kajian ini dapat membantu membimbing pihak Kementerian Pendidikan Malaysia merangka dan memperkenalkan polisi-polisi dan strategi-strategi berkaitan aktiviti pemasaran dalaman yang berkesan dalam pentadbiran bagi agensi-agensi yang berada di bawah kawalan dan seliaan pihak kementerian seperti institusi-institusi pendidikan awam. dan sekolah-sekolah (Kementerian Pendidikan Malaysia, 2022). Selain itu, pihak Kementerian Sumber Manusia juga boleh mempromosikan aktiviti pemasaran dalaman sebagai salah satu amalan pentadbiran yang berkesan kepada sektor-sektor kerajaan yang lain dan sektor-sektor swasta bertujuan agar dapat membangunkan dan menghasilkan modal insan yang cekap dan produktif (Kementerian Sumber Manusia, 2013).





Dalam pada itu, ketua-ketua jabatan di Jabatan Pendidikan Negeri dan Pejabat Pendidikan Daerah juga boleh menggalakkan staff-staff di jabatan dan pejabat untuk mengamalkan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi kerana impak-impak positif yang terhasil daripada pengamalan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Men & Yue, 2019). Sementara itu, para pengetua dan guru besar juga turut memainkan peranan penting sebagai kepimpinan tertinggi dalam usaha melaksanakan aktiviti pemasaran dalaman dalam tadbir urus sekolah di samping memupuk dan menggalakkan budaya amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dalam kalangan guru-guru di sekolah (Demir & Budur, 2019; Luu, Rowley, Dinh, Qian, & Le, 2019; Mubarak, Noor, Zulfikar, & Bhutto, 2018).

Selain itu, kajian ini juga boleh menjadi rujukan kepada Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Malaysia dalam usaha kesatuan tersebut memperjuangkan hak dan nasib guru-guru di samping memahami peranan guru-guru dalam profesion perguruan (Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Malaysia, 2022). Hal ini kerana amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi mampu membantu mengurangkan beban kerja guru-guru yang sering menjadi isu berbangkit setiap tahun (Herawati, Kurniawan, & Azhari, 2021; Rifky, 2022; Sutrisno & Indriasari, 2020). Di samping itu juga, amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi juga mampu meningkatkan prestasi guru-guru dan keberkesanan organisasi sekolah (Ocampo et. al., 2018).

Bagi para ahli akademik dan juga penyelidik pula, kajian ini berupaya menambah maklumat kepada literatur yang sedia ada dan dapat mengisi jurang kajian yang wujud berkaitan dengan pengaruh aktiviti pemasaran dalaman ke atas amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi (Ocampo et. al., 2018). Kajian ini juga





membuka ruang kepada penyelidik untuk melanjutkan kajian dengan lebih mendalam lagi tentang pemboleh ubah-pemboleh ubah yang terlibat. Oleh yang demikian, kajian ini dapat menghuraikan dan meningkatkan pemahaman berkaitan konsep aktiviti pemasaran dalaman dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi dan seterusnya dapat memberi laluan dan pengetahuan kepada kajian-kajian akan datang.

### 1.10 Batasan kajian

Kajian ini memfokuskan kepada sektor pendidikan sahaja. Dapatan kajian perlu diberi penjelasan secara berhati-hati daripada aspek generalisasi sekiranya hendak digunakan pada sektor-sektor lain.



Dalam pada itu, pemilihan lokasi kajian hanya melibatkan sebuah daerah iaitu Mersing, Johor manakala responden yang terlibat merupakan 280 orang guru-guru sekolah kebangsaan sahaja. Oleh yang demikian, keputusan kajian adalah mungkin tidak dapat digeneralisasikan dari aspek responden, jenis sekolah dan semua negeri di Malaysia.

Selain itu, penggunaan pemboleh ubah dalam kajian ini ialah terhad. Hal ini kerana hanya terhadap dua pemboleh ubah sahaja yang dikaji iaitu aktiviti pemasaran dalaman dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi. Pemboleh ubah-pemboleh ubah lain yang boleh turut mempengaruhi amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi yang lain tidak dimasukkan dalam kajian ini.





Seterusnya, kajian ini menggunakan kaedah pendekatan secara kuantitatif sebagai metodologi kajian. Oleh yang demikian, dapatan kajian hanya terhad kepada data statistik sahaja. Persoalan-persoalan kajian lain yang hanya boleh dijawab dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif tidak dibincangkan dalam kajian ini.

### 1.11 Rumusan

Bab ini memperkenalkan, menerangkan dan menggambarkan isu yang berkaitan tentang topik yang menjadi tajuk kajian. Selain itu, idea-idea asas kajian juga dibincangkan bagi menerangkan hala tuju kajian. Situasi atau jurang-jurang kajian yang membawa kepada kajian ini dijalankan juga diuraikan. Secara umumnya, bab ini menjelaskan tentang objektif-objektif kajian yang ingin dipenuhi, persoalan-persoalan kajian yang perlu dijawab, penerangan tentang kerangka konseptual kajian, kepentingan-kepentingan kajian, batasan-batasan semasa menjalankan kajian dan seterusnya definisi operasi. Bab seterusnya, iaitu bab 2, merupakan perbincangan tentang himpunan sorotan kajian lepas yang relevan berkenaan aktiviti pemasaran dalaman dan amalan tingkah laku kewarganegaraan organisasi. Dalam bab ini, pelbagai literatur telah dibandingkan dan diteliti bagi memahami dengan lebih mendalam mengenai topik kajian ini di samping penjelasan kepada teori-teori yang terlibat yang membawa kepada pembentukan hipotesis kajian.

