

ABSTRAKSI

PENGARUH KEBUTUHAN AKAN KEKUASAAN, KEBUTUHAN UNTUK BERAFILIASI, PENGUNAAN LOGIKA DAN PENGUNAAN KEAKRABAN TERHADAP PEROLEHAN PROMOSI

Pengaruh (*influence*) merupakan salah satu topik yang sering dibicarakan, begitu juga dengan taktik atau strategi dalam mempengaruhi. Proses mempengaruhi dapat berupa dua hal, yaitu proses mempengaruhi ke atas (*upward*) maupun proses mempengaruhi ke bawah (*downward*). Usaha dari atasan (*superiors*) untuk mempengaruhi bawahan disebut sebagai perilaku mempengaruhi ke bawah, pada arah yang sebaliknya disebut perilaku mempengaruhi ke atas (Schilit dan Locke, 1982). Fokus dari penelitian ini adalah proses mempengaruhi ke atas (*upward influence*) dan kaitannya dengan motivasi manajerial yang dimiliki oleh bawahan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengedarkan kuesioner pada pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pasuruan. Metode pengumpulan data menggunakan metode *sensus*, karena keseluruhan populasi digunakan sebagai sampel. Hasil dari kuesioner kemudian diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Setelah terbukti valid dan reliabel, selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan *Two Stages Least Squares* (2SLS) dan *Analysis of Variances* (ANOVA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*) memberikan pengaruh signifikan terhadap perolehan promosi (*getting promotion*) melalui penggunaan taktik mempengaruhi dengan logika (*reason*), dengan tingkat signifikansi 0.001 ($p < 0.05$). Namun kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*) ternyata tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perolehan promosi (*getting promotion*) melalui penggunaan taktik mempengaruhi dengan keakraban (*friendliness*), dengan tingkat signifikansi 0.098 ($p < 0.05$). Kebutuhan untuk berafiliasi (*need for affiliation*) memberikan pengaruh signifikan terhadap perolehan promosi (*getting promotion*) melalui penggunaan taktik mempengaruhi dengan logika (*reason*) terbukti, dengan tingkat signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Kebutuhan untuk berafiliasi (*need for affiliation*) juga memberikan pengaruh signifikan terhadap perolehan promosi (*getting promotion*) melalui penggunaan taktik mempengaruhi dengan keakraban (*friendliness*) dengan tingkat signifikansi 0.003 ($p < 0.05$). Ternyata, meskipun terkesan nepotisme, kemampuan untuk membangun suatu ikatan persahabatan yang erat antar rekan sekerja, bawahan maupun atasan, dan menciptakan suatu jaringan yang kemungkinan nantinya dapat digunakan oleh pegawai untuk mencapai tujuan pribadi, masih dibutuhkan oleh pegawai negeri untuk memperoleh promosi guna peningkatan karier.

Kata kunci :

Motivasi manajerial, kebutuhan akan kekuasaan, kebutuhan untuk berafiliasi, taktik mempengaruhi, logika, keakraban, perolehan promosi.