

BAB II

GAMBARAN UMUM PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

2.1 Sejarah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (selanjutnya disebut BRI) merupakan salah satu lembaga perbankan tertua di Indonesia yang didirikan 16 Desember 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja. BRI berfungsi sebagai lembaga keuangan yang berfokus pada pengelolaan dan penyaluran dana kepada masyarakat setempat pada tahap awal pendiriannya. Dana tersebut dimanfaatkan terutama untuk kegiatan ekonomi produktif, sehingga pada awalnya BRI menunjukkan orientasi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil.

Lembaga ini mengalami berbagai perubahan nama dan struktur organisasi selama periode kolonial Belanda dan Jepang. Beberapa nama yang pernah digunakan antara lain De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden, Volksbank, Algemeene Volkscredietbank (AVB), dan Semin Ginko. Perubahan tersebut mencerminkan pergeseran peran dan fungsi lembaga dalam sistem keuangan pada masa itu.

Pemerintah secara resmi menetapkan nama Bank Rakyat Indonesia setelah Indonesia merdeka melalui Penetapan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946 yang ditugaskan sebagai bank yang berperan dalam menggerakkan perekonomian rakyat. Tahun 1960, bank ini sempat berganti nama menjadi Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN), sebelum akhirnya kembali ditetapkan sebagai bank umum melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1968.

Awal era reformasi tahun 1992, BRI resmi berubah status menjadi perusahaan berbadan hukum persero berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992. Perubahan ini membuka peluang bagi BRI untuk mengembangkan kegiatan usaha secara lebih luas dan profesional. Tahun 2003, BRI melaksanakan penawaran umum perdana (IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham BBRI. Status baru ini menandai dimulainya fase modernisasi dan ekspansi bisnis BRI secara signifikan.

Hingga saat ini, Pemerintah Indonesia tetap menjadi pemegang saham mayoritas, sementara sebagian saham lainnya dimiliki oleh publik. Awalnya BRI dikenal sebagai bank yang melayani segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Akan tetapi, seiring dengan perkembangan bisnis, BRI memperluas jangkauan layanannya untuk berbagai lapisan masyarakat mulai dari nasabah ritel, korporasi, hingga sektor pemerintahan dan institusi. Kantor layanan yang lebih dari 9.600 unit kerja tersebar di seluruh Indonesia dan terhubung secara *real-time* menjadikan BRI sebagai salah satu pelopor inklusi keuangan. Berbagai inovasi layanan seperti BRILink, BRImo, dan Teras BRI memungkinkan masyarakat di daerah terpencil memperoleh akses terhadap layanan perbankan formal.

Bank BRI juga melakukan langkah strategis di samping memperluas jaringan layanan, seperti akuisisi Bank Jasa Artha serta PT Bank Agroniaga Tbk. BRI juga mengembangkan layanan remitansi internasional melalui Bringin Remittance Co. Ltd. Pertumbuhan aset yang meningkat serta kepercayaan tinggi investor, BRI kini menjadi simbol keberhasilan perbankan nasional yang mampu memadukan nilai historis, komitmen sosial, dan inovasi berkelanjutan.

2.2 Visi dan Misi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

2.2.1 Visi

The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia and Champion of Financial Inclusion.

2.2.2 Misi

- a. Memberikan yang Terbaik. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Menyediakan Pelayanan yang Prima. Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.
- c. Bekerja dengan Optimal dan Baik. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *corporate governance* yang baik.

2.3 Logo Perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Berikut penjelasan mengenai elemen-elemen yang terdapat pada logo BRI:



Gambar 2. 1 Logo PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
Sumber: *Official Website BRI (2026)*

Makna Logo:

- a. Segi empat sama sisi yang seimbang menggambarkan kestabilan dan keseimbangan dalam pengelolaan bisnis.
- b. Garis melengkung atau sisi-sisi yang membulat menandakan kemampuan bank untuk bersikap dinamis dan fleksibel dalam menjawab perubahan zaman, sekaligus mencerminkan modernitas dalam tata kelola perusahaan.
- c. Huruf kapital “BRI” yang tegas memberikan kesan kepastian, kekuatan dan profesionalisme sesuai dengan peran BRI sebagai institusi yang mengutamakan akurasi, keamanan, dan kepercayaan nasabah.
- d. Warna biru yang digunakan dalam logo tidak hanya menjadi identitas visual, tetapi juga melambangkan rasa nyaman, tenang, dan keyakinan yang mencerminkan komitmen BRI memberikan layanan yang aman, menyeluruh, dan mudah diakses oleh seluruh segmen masyarakat.

Logo ini secara keseluruhan ditujukan agar mudah dikenali sekaligus mencerminkan reputasi BRI sebagai bank yang kuat, modern, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah di berbagai tingkatan sosial dan ekonomi.

2.4 Nilai dan Budaya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pattimura

2.4.1 Core Values BUMN “AKHLAK”

BRI KC Semarang Pattimura menerapkan nilai-nilai yang tertuang dalam *Core Values* AKHLAK yang merupakan pedoman utama bagi karyawan di lingkungan BUMN yang untuk mendorong kinerja secara berkelanjutan serta menjadi landasan pembentukan budaya perusahaan.



Gambar 2. 2 Core Values BUMN
Sumber: Kementerian BUMN (2026)

Core Values AKHLAK terdiri atas enam nilai utama, yaitu:

- a. Amanah: Menekankan komitmen dalam menjaga kepercayaan. Seperti memenuhi janji, berperilaku jujur, bertanggung jawab dan disiplin dalam bertugas serta berpegang teguh pada nilai moral dan etika.
- b. Kompeten: Mencerminkan semangat untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan. Seperti meningkatkan kompetensi diri, merangkul orang untuk belajar, serta memberikan kinerja terbaik.
- c. Harmonis: Mengedepankan kepedulian dan penghargaan terhadap perbedaan. Seperti menolong orang lain dan menghargai setiap individu.
- d. Loyal: Menunjukkan dedikasi serta memprioritaskan kepentingan bangsa dan negara. Seperti menjaga nama baik karyawan, perusahaan, dan negara, rela berkorban serta patuh pada pimpinan.
- e. Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan. Seperti cepat dalam menyesuaikan diri, adaptif dan proaktif dalam perkembangan teknologi.
- f. Kolaboratif: Menekankan pentingnya kerja sama. Seperti memberi kesempatan pada berbagai pihak serta pemanfaatan sumber daya untuk tujuan bersama.

2.4.2 *Employee Value Proposition* (EVP)

BRI menetapkan *Employee Value Proposition* (EVP) sebagai strategi untuk memperkuat keterikatan (*engagement*) dan loyalitas karyawan di lingkungan BRI Group. EVP yang ditetapkan adalah “Memberi Makna Indonesia” dengan diwujudkan melalui tiga pilar utama, yaitu:

- a. *Learn* (Belajar). BRI sebagai wadah pembelajaran dan pengembangan bagi setiap Insan BRILiaN
- b. *Grow* (Bertumbuh). Pengembangan karier di BRI bukan sekadar harapan, melainkan peluang nyata yang terbuka luas bagi Insan BRILiaN.
- c. *Contribute* (Berkontribusi). Mendorong karyawan menjadi agen perubahan yang berperan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

2.5 Lokasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pattimura

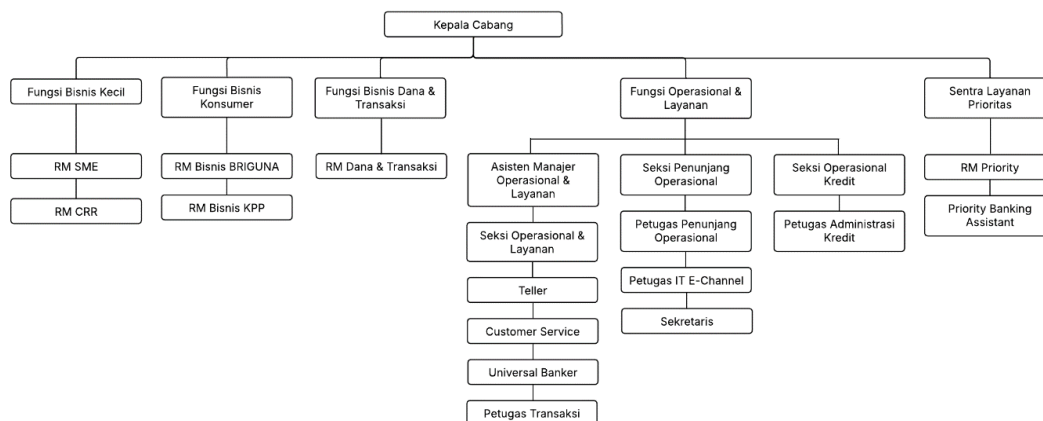
BRI KC Semarang Pattimura berlokasi di Jl. Patimura No. 2-4, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50227.



Gambar 2. 3 Lokasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pattimura
 Sumber: Google Maps (2026)

2.6 Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pattimura

Berikut merupakan struktur organisasi BRI KC Semarang Pattimura beserta penjelasan setiap fungsinya:



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pattimura
Sumber: HRD BRI KC Semarang Pattimura (2026)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, berikut adalah penjelasan tugas dan tanggung jawab di setiap fungsi, yaitu:

1. Kepala Cabang

Kepala Cabang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aktivitas operasional dan bisnis di tingkat cabang. Posisi ini berwenang menetapkan strategi pencapaian target, mengoordinasikan seluruh fungsi bisnis dan operasional, menjaga kualitas portofolio kredit dan dana, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi internal maupun eksternal.

2. Fungsi Bisnis Kecil

Fungsi Bisnis Kecil bertanggung jawab dalam penyaluran kredit produktif, pengelolaan portofolio, serta pengembangan hubungan jangka panjang dengan

pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang telah memiliki skala usaha seperti omzet dan kebutuhan pembiayaan yang besar. Berikut adalah karyawan yang berada di bawah naungan divisi ini, yaitu:

- a. RM SME (*Relationship Manager Small Medium Enterprise*). Bertugas membangun hubungan, melayani, dan memberikan solusi mengenai pinjaman untuk nasabah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).
- b. RM CRR (*Relationship Manager Credit Restructuring & Recovery*) Berperan dalam penilaian dan pengendalian risiko kredit, termasuk evaluasi kelayakan dan pemantauan kualitas portofolio kredit.

3. Fungsi Bisnis Konsumer

Fungsi bisnis konsumer berperan dalam melayani kebutuhan finansial individu (perorangan) dengan produk dan layanan seperti Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan BRIGUNA (pinjaman multiguna berbasis gaji). Berikut adalah karyawan yang berada di bawah naungan divisi ini, yaitu:

- a. RM Bisnis BRIGUNA. Berperan memasarkan, menganalisis kelayakan nasabah dan mengelola produk kredit konsumer Briguna, yaitu pinjaman berbasis gaji (*fixed income*) untuk ASN, TNI, Polri, atau karyawan dengan sumber pembayaran tetap.
- b. RM Bisnis KPP (Kredit Program Perumahan). Bertugas memasarkan, menganalisis kelayakan, dan mengelola pinjaman untuk nasabah perumahan KPR serta mengelola hubungan nasabah.

4. Fungsi Bisnis Dana dan Transaksi

Fungsi Bisnis Dana & Transaksi bertanggung jawab meningkatkan dana murah atau CASA (*Current Account Saving Account*) melalui optimalisasi produk giro dan tabungan, mengelola solusi transaksi nasabah, serta mendukung likuiditas cabang. Karyawan yang bertugas di divisi ini adalah RM Dana dan Transaksi yang bertugas menjalin hubungan dengan nasabah individu, ritel ataupun institusional terkait produk simpanan dan layanan transaksi keuangan.

5. Fungsi Operasional dan Layanan

Fungsi Operasional dan Layanan bertanggung jawab atas kelancaran operasional perbankan dan kualitas layanan kepada nasabah, termasuk transaksi teller, layanan nasabah, serta pengelolaan administrasi internal.

Berikut adalah karyawan yang berada di bawah naungan divisi ini, yaitu:

- a. Asisten Manajer Operasional & Layanan. Mengoordinasikan kegiatan operasional cabang agar sesuai dengan SOP dan standar layanan BRI.
- b. Seksi Operasional & Layanan. Menangani pelaksanaan operasional harian, termasuk transaksi keuangan, layanan nasabah, serta pengelolaan dokumen. Karyawan yang bertugas adalah Teller, Customer Service, Universal Banker, dan Petugas Transaksi
- c. Seksi Penunjang Operasional. Mendukung kelancaran operasional melalui fungsi administrasi, teknologi, dan kesekretariatan. Karyawan yang bertugas adalah, Petugas Penunjang Operasional, Petugas IT E-Channel, dan Sekretaris.

d. Seksi Operasional Kredit. Bertanggung jawab atas administrasi, dokumentasi, dan pencairan kredit sesuai standar operasional perusahaan.

6. Sentra Layanan Prioritas

Sentra Layanan Prioritas secara khusus melayani nasabah prioritas dengan menerapkan pendekatan *relationship-based service* yang menekankan hubungan jangka panjang dan personalisasi layanan. Berikut adalah karyawan yang berada di bawah naungan divisi ini, yaitu:

- a. RM Priority. Mengelola portofolio nasabah, pemberian solusi keuangan, serta menjaga loyalitas melalui layanan yang eksklusif, responsif, dan berorientasi pada kepuasan serta kepercayaan nasabah.
- b. Priority Banking Assistant. Memberikan layanan administratif dan personal bagi nasabah prioritas.

2.7 Produk dan Layanan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

BRI menawarkan beragam produk dan layanan keuangan yang bersifat menyeluruh dan inklusif dengan jangkauan nasabah yang luas. Produk dan layanan yang dimiliki BRI dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu layanan penghimpunan dana, penyaluran dana, serta produk perbankan dasar dan lainnya.

Adapun rinciannya sebagai berikut:

- a. Penghimpunan Dana. Bertujuan untuk menampung simpanan masyarakat sekaligus mendukung stabilitas likuiditas bank. Produknya antara lain:
 - Tabungan BritAma. Tabungan berbasis transaksi yang dilengkapi fasilitas *e-banking* dan jaringan *real-time online*.

- Tabungan Simpedes. Menyasar masyarakat luas terutama di wilayah pedesaan dan pelaku usaha mikro dengan persyaratan sederhana.
 - Deposito BRI. Simpanan berjangka dengan jangka waktu tertentu yang memberikan tingkat keamanan tinggi serta imbal hasil yang kompetitif.
 - Giro BRI. Digunakan oleh pelaku usaha dan institusi untuk menunjang kelancaran transaksi keuangan dalam jumlah besar.
- b. Penyaluran Dana. BRI berperan sebagai bank yang mendukung pertumbuhan sektor riil. Produk kredit yang dikenal meliputi:
- Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pembiayaan bersubsidi pemerintah yang ditujukan bagi pelaku UMKM untuk kebutuhan modal kerja dan investasi.
 - Kupedes. Kredit mikro BRI yang bersifat fleksibel dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil di berbagai sektor ekonomi.
 - Kredit BRIguna. Kredit konsumen berbasis penghasilan tetap yang menyasar ASN, TNI/Polri, serta karyawan swasta dengan mekanisme pembayaran melalui pemotongan gaji.
 - Kredit Pemilikan Rumah (KPR) BRI. Fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah bagi masyarakat melalui skema subsidi maupun non-subsidi.
- c. Produk Perbankan. BRI menyediakan layanan perbankan dasar dan pendukung transaksi yang luas untuk meningkatkan kenyamanan nasabah, antara lain:
- Kartu Debit dan Kartu Kredit BRI. Alat pembayaran non-tunai untuk transaksi domestik maupun internasional.

- BRImo. Aplikasi *digital banking* BRI yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan secara mandiri, seperti transfer, pembayaran, pembelian, dan pengelolaan rekening secara *real-time*.
- BRILink. Layanan keagenan BRI yang memperluas akses perbankan hingga ke wilayah pedesaan melalui kerja sama dengan agen masyarakat.
- BRIZZI. Kartu uang elektronik berbasis chip yang digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai untuk transaksi bernilai kecil dan cepat, seperti transportasi umum, tol, parkir, serta pembayaran di *merchant* tertentu.
- QLola by BRI. Platform digital terintegrasi yang ditujukan bagi nasabah bisnis dan korporasi untuk mengelola transaksi keuangan, *cash management*, serta kebutuhan *trade finance* secara terpusat dan efisien.
- Safe Deposit Box (SDB) dan BRI Prioritas. Layanan tambahan bagi nasabah yang membutuhkan keamanan penyimpanan aset serta layanan finansial yang bersifat personal dan eksklusif.

2.8 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan seluruh karyawan BRI KC Semarang Pattimura yang memiliki atasan dengan jumlah 78 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, divisi, lama bekerja, status karyawan dan penghasilan.

2.8.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data jenis kelamin digunakan untuk melihat komposisi karyawan BRI KC Semarang Pattimura berdasarkan gender dengan menghitung persentase responden laki-laki dan perempuan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	48	61,54
2	Laki-laki	30	38,46
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.1, mayoritas responden penelitian ini merupakan perempuan sebanyak 61,54%. Data tersebut memperlihatkan bahwa jumlah karyawan perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki di lingkungan kerja tersebut. Kondisi ini dikarenakan pekerjaan di bidang perbankan yang menuntut ketelitian, ketekunan, dan kedisiplinan tinggi yang dimiliki oleh perempuan.

2.8.2 Responden Berdasarkan Usia

Data kelompok usia digunakan untuk melihat bagaimana komposisi umur karyawan di BRI KC Semarang Pattimura dengan menghitung persentase responden pada setiap rentang usia, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	19 - 26 tahun	15	19,23
2	27 - 34 tahun	29	37,18
3	35 - 42 tahun	32	41,03
4	43 - 50 tahun	2	2,56
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.2, mayoritas karyawan BRI KC Semarang Pattimura berada pada rentang usia produktif dengan dominasi kelompok usia 35-42 tahun yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan karyawan dengan pengalaman kerja yang sudah cukup matang. Proporsi usia responden tersebut

secara keseluruhan mencerminkan tenaga kerja yang berada pada fase pertengahan karier, sehingga karyawan umumnya telah memiliki pemahaman mendalam terhadap lingkungan dan tuntutan pekerjaan mereka.

2.8.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data pendidikan terakhir digunakan untuk melihat gambaran tingkat pendidikan karyawan di BRI KC Semarang Pattimura dengan menghitung persentase responden sesuai jenjang pendidikan terakhir mereka, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	2	2,56
2	D3	1	1,28
3	S1/D4	73	93,59
4	S2	2	2,56
Total		78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan data pada tabel 2.3, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan S1/D4, yakni sebanyak 93,59%. Hal ini menunjukkan bahwa komposisi karyawan BRI KC Semarang Pattimura didominasi oleh tenaga kerja dengan kualifikasi pendidikan sarjana serta menggambarkan bahwa mayoritas karyawan dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi.

2.8.4 Responden Berdasarkan Posisi Kerja

Data posisi kerja digunakan untuk melihat bagaimana jumlah sebaran karyawan di berdasarkan tugas dan tanggung jawab mereka dengan menghitung persentase responden pada setiap posisi yang ada di perusahaan. Berikut data responden yang dikelompokkan berdasarkan posisi kerja:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Posisi Kerja

No	Posisi Kerja	Frekuensi	Persentase (%)
1	RM SME	10	12,82
2	RM Dana & Transaksi	10	12,82
3	Petugas Administrasi Kredit	9	11,54
4	Petugas Transaksi	8	10,26
5	RM CRR	6	7,69
6	RM Bisnis BRIguna	6	7,69
7	Manajer	5	6,41
8	Priority Banking Assistant	4	5,13
9	Seksi Operasional & Layanan	3	3,85
10	Teller	3	3,85
11	RM Priority	3	3,85
12	RM Bisnis KPP	2	2,56
13	Customer Service	2	2,56
14	Petugas IT E-Channel	2	2,56
15	Asisten Manajer Operasional & Layanan	1	1,28
16	Universal Banker	1	1,28
17	Petugas Penunjang Operasional (Logistik)	1	1,28
18	Sekretaris	1	1,28
19	Seksi Operasional Kredit	1	1,28
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.4, responden tersebar ke dalam beragam posisi kerja yang mencerminkan kompleksitas struktur organisasi BRI KC Semarang Pattimura dengan dominasi kelompok Relationship Manager (RM) yang mengindikasikan bahwa fungsi pemasaran dan pengelolaan nasabah menjadi aktivitas utama kantor cabang ini. Keberagaman posisi tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki karakteristik pekerjaan dan intensitas interaksi dengan atasan yang berbeda-beda,

sehingga memperkaya variasi data sekaligus menjadikan temuan penelitian lebih representatif terhadap kondisi organisasi secara keseluruhan.

2.8.5 Responden Berdasarkan Masa Kerja

Data masa kerja digunakan untuk memberikan gambaran mengenai berapa lama para karyawan telah bekerja di BRI KC Semarang Pattimura dengan menghitung persentase pada setiap rentang waktu yang ditentukan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Masa Kerja

No	Masa Kerja	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 - 5 tahun	27	34,62
2	6 - 10 tahun	29	37,18
3	11 - 15 tahun	19	24,36
4	16 - 20 tahun	3	3,85
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.5, sebagian besar responden memiliki masa kerja di bawah sepuluh tahun yang menunjukkan bahwa komposisi karyawan BRI KC Semarang Pattimura didominasi oleh mereka yang masih berada pada fase awal hingga pertengahan masa kerja. Kondisi ini relevan dengan penelitian karena karyawan pada fase tersebut masih dalam proses adaptasi dan pengembangan diri, sehingga dukungan dari atasan cenderung memiliki peran yang lebih signifikan dalam membentuk kepuasan kerja dan mendorong peningkatan kinerja mereka.

2.8.6 Responden Berdasarkan Status Karyawan

Data status karyawan digunakan untuk melihat komposisi karyawan tetap dengan karyawan tidak tetap atau kontrak di BRI KC Semarang Pattimura dengan menghitung persentase responden sesuai status karyawan mereka, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Status Karyawan

No	Status Karyawan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Karyawan tetap	58	74,36
2	Karyawan tidak tetap/kontrak	20	25,64
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.6, mayoritas responden merupakan karyawan tetap. Data ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden merupakan pegawai dengan hubungan kerja jangka panjang dan keterikatan yang stabil, sehingga penelitian merepresentasikan kondisi internal organisasi secara berkelanjutan.

2.8.7 Responden Berdasarkan Penghasilan

Data penghasilan digunakan untuk melihat tingkat penghasilan yang didapatkan oleh karyawan di BRI KC Semarang Pattimura dengan menghitung persentase pada setiap rentang pendapatan yang telah ditentukan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp5.000.000	21	26,92
2	Rp5.000.001 - Rp10.000.000	49	62,82
3	Rp10.000.001 - Rp15.000.000	6	7,69
4	Rp15.000.001 - Rp20.000.000	2	2,56
	Total	78	100,00

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2.7, mayoritas responden berada pada kisaran penghasilan menengah yang sesuai dengan posisi pelaksana hingga staf profesional. Distribusi yang relatif homogen ini relevan dengan penelitian karena keseragaman kondisi finansial antarresponden berpotensi menciptakan kesamaan persepsi dalam menilai kepuasan kerja, khususnya pada aspek kompensasi.