BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

2.1.1 Sejarah Perusahaan

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

PT Telekomunikasi Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi untuk umum dalam negeri. Bermula pada tahun 1882 sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegrap dibentuk pada masa pemerintahan kolonial Belanda. Kemudian pada tahun 1906 Pemerintah Kolonial Belanda membentuk sebuah jawatan yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi yang diberi nama Jawatan Pos, Telegrap dan Telepon (Post, Telegraph en Telephone Dienst/ PTT). Tahun 1945 Proklamasi kemerdekaan Indonesia sebagai negara merdeka dan berdaulat, lepas dari pemerintahan Jepang.

Disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. 1980 PT Setelah Proklamasi kemerdekaan maka pada tahun 1961 Status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Tahun 1965 PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro), dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Dan tahun 1974 PN Telekomunikasi Indonesian Satellite Corporation (Indosat) didirikan untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989 Undang-undang nomor 3/1989

Telekomunikasi, tentang peran serta swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

Dari tahun ke tahun PN Telekomunikasi mengalami perubahan hingga pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP no.25 tahun 1991. Tahun 1995 Penawaran Umum perdana saham TELKOM (*Initial Public Offering*/IPO) dilakukan pada tanggal 14 November 1995. Sejak itu saham TELKOM tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), New York Stock Exchange (NYSE) dan London Stock Exchange (LSE). Saham TELKOM juga diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing*/POWL) di Tokyo Stock Exchange. Tahun 1996 Kerja sama Operasi (KSO) mulai diimplementasikan pada 1 Januari 1996 di wilayah Divisi Regional I Sumatra – dengan mitra PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo); Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten – dengan mitra PT Aria West International (AriaWest); Divisi Regional IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta – dengan mitra PT Mitra Global Telekomunikasi Indonesia (MGTI), Divisi Regional VI Kalimantan – dengan mitra PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra), dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia – dengan mitra PT Bukaka Singtel. Tahun 1999 Undang-undang nomor 36/1999, tentang penghapusan monopoli penyelenggaraan telekomunikasi.

Hingga tahun 2000 Telkom mengalami kenaikan yang sangat pesat dan akhirnya tahun 2001 TELKOM membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di

Indonesia, yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara TELKOM dengan Indosat. Dengan transaksi ini, TELKOM menguasai 72,72% saham Telkomsel. TELKOM membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra ke dalam laporan keuangan TELKOM.

Tahun 2002 TELKOM membeli seluruh saham Pramindo melalui 3 tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatanganinya perjanjian jual-beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisa 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004. TELKOM menjual 12,72% saham Telkomsel kepada Singapore Telecom, dan dengan demikian TELKOM memiliki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

2.1.2 Visi dan Misi Telkom

A. VISI TELKOM

Visi TELKOM "*To Become a Leading InfoCom Company in the Region*", menunjukkan suatu tekad bahwa TELKOM untuk menjadi penyelenggara jasa Informasi dan Komunikasi yang handal di level Regional.

B. MISI TELKOM

Memberikan layanan "*One Stop Infocom*" dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan dengan *Business Partner* yang sinergi.

C. ARTI LOGO TELKOM



- **Bentuk bulatan dari logo** melambangkan : Keutuhan Wawasan Nusantara ; Ruang gerak TELKOM secara nasional dan internasional;
- **TELKOM** yang mantap, modern, luwes, dan sederhana
- **Warna biru tua dan biru muda bergradasi** melambangkan teknologi telekomunikasi tinggi/canggih yang terus berkembang dalam suasana masa depan yang gemilang
- **Garis-garis tebal dan tipis yang mengesankan gerak pertemuan yang beraturan** menggambarkan sifat komunikasi dan kerjasama yang selaras secara berkesinambungan dan dinamis
- **Tulisan INDONESIA dengan huruf Futura Bold Italic**, menggambarkan kedudukan perusahaan ; TELKOM sebagai Pandu Bendera Telekomunikasi Indonesia (*Indonesian Telecommunication Flag Carrier*)

D. ARTI KREDO

Committed 2 U

- Kami selalu fokus kepada pelanggan

- Kami selalu memberikan pelayanan yang prima dan mutu produk yang tinggi serta harga yg kompetitif
- Kami selalu melaksanakan segala sesuatu melalui cara-cara yang terbaik (Best Practices)
- Kami selalu menghargai karyawan yang proaktif dan inovatif, dalam peningkatan produktivitas dan kontribusi kerja
- Kami selalu berusaha menjadi yang terbaik

E. MASKOT TELKOM



Maskot *Be Bee*

- Antena Lebah Sensitif terhadap segala keadaan dan perubahan
- Mahkota Kemenangan
- Mata yang Tajam dan Cerdas
- Sayap Lincah dan Praktis
- Tangan Kuning Memberikan Karya Yang Terbaik

F. STRATEGI BISNIS

1. Multi Service Bundling

Untuk mengembangkan bisnis InfoCom, TELKOM harus dapat meberikan layanan yang terpadu. Dalam memasarkan sambungan telepon misalnya harus sudah mencakup layanan multimedia. Pelanggan tidak lagi mengenal TELKOM hanya sebagai penyedia telepon tetapi sudah dapat menikmati berbagai layanan secara paket. Dalam hal ini akan mengikutsertakan TELKOM-Group, sebagai pelanggan TELKOM berarti sekaligus menjadi pelanggan perusahaan yang tergabung dalam TELKOM-Group.

2. Service Excellent

Service Excellent sudah menjadi keharusan dalam berkompetisi. Layanan prima baik dari sisi kualitas *produk, delivery, price*, dan layanan purna jual menjadi bagian penting yang harus mendapat perhatian jajaran TELKOM.

3. Build Business Scale

Membangun bisnis berskala besar sangat penting bagi TELKOM yang sudah dikenal sebagai *National Company*. Untuk itulah *Central Policy* harus diperkuat dan produk harus mencakup *National Wide*. Produk-produk dengan branding local perlu dihentikan kemudian dibuatkan standarisasinya sehingga apabila diimplementasikan secara Nasional akan membentuk *Business Scale* yang besar dan kompetitif (*barrier to entry* bagi pesaing).

4. Strong Financial Growth

Pertumbuhan perusahaan secara financial sudah sangat perlu ditingkatkan dan akan semakin menjadi kunci kesinambungan dan pertumbuhan perusahaan.

2.1.3 Budaya Perusahaan

THE TELKOM WAY 135 sebagai budaya korporasi merupakan bagian terpenting dari upaya perusahaan untuk meneguhkan hati, merajut pikiran, dan

menyerasikan langkah semua insan TELKOM dalam menghadapi persaingan bisnis InfoCom. Unsur yang terkandung di dalamnya, yaitu

a. 1 (satu) asumsi dasar yang disebut : Committed 2 U

b. 3 (tiga) nilai inti, mencakup :

- Costumer Value
- Excellent Service
- Competent People

c. 5 (lima) langkah perilaku untuk memenangkan persaingan

- Stretch The Goals
- Simplify
- Involve Everyone
- Quality is My Job
- Reward the Winners

THE TELKOM WAY 135 adalah hasil penggalian dari perjalanan TELKOM dalam mengarungi lingkungan yang terus berubah, dan dikristalisasi serta dirumuskan dengan dirangsang oleh berbagai inspirasi dari perusahaan lain dan berbagai tantangan dari luar.

TELKOM berharap dengan tersosialisasinya THE TELKOM WAY 135, maka akan tercipta pengendalian kultural yang efektif terhadap cara merasa, cara memendang, cara berpikir, dan cara berprilaku semua insan TELKOM.

2.1.4 Struktur Organisasi

Dalam pengelolaan organisasinya, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari 1 (satu) ketua dan 4 (empat)

anggota serta sebuah Dewan Direksi yang beranggotakan 1 (satu) orang Presiden Direktur atau CEO dan 4 (empat) orang anggota Dewan Direksi lainnya yang memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda seperti Direktur Sumber Daya dan Bisnis Pendukung/CIO, Direktur Bisnis Jaringan Telekomunikasi, Direktur Bisnis dan Jasa Telekomunikasi, dan Direktur Keuangan/CFO.

Sebagai sebuah holding company, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki beberapa buah anak perusahaan terafiliasi seperti PT Telekomunikasi Selular Indonesia yang bergerak sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi bergerak selular, PT Indonusa Telemedia yang menangani bisnis multimedia penyiaran dan Internet dengan nama produk TELKOMVision dan PT Infomedia Nusantara yang mengelola bisnis penerbitan Buku Petunjuk Telepon (Yellow Pages) dan Call Center. Selain anak perusahaan tadi, dalam menjalankan operasi perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. telah mengelompokan unit-unit yang ada dalam organisasi ke dalam bentuk Divisi, Center dan Yayasan.

2.2 Divisi Regional III

2.2.1 Sekilas Sejarah PT TELKOM Divisi Regional III

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III dalam peta bisnis layanan jasa telakomunikasi menguasai propinsi Jawa Barat dan sebagian besar propinsi Banten dengan bentang geografi dari kawasan Ujung Kulon hingga Losari.

Torehan perjalanan sejarah Divre III dimulai ketika menyandang sebutan DTEL VIII Bandung dimasa TELKOM masih berstatus Perusahaan Negara (PN),

selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status TELKOM sebagai Perusahaan Umum (PERUM), ketika TELKOM mulai akan "Go Public" sebagai Public Corporation, TELKOM telah menyandang predikat sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), sebutan WITEL V berubah menjadi Divisi Regional III untuk wilayah Jawa Barat dan Banten secara utuh.

Posisi Divre III secara geografis berbatasan dengan wilayah bisnis Divre II Jakarta yang lebih dikenal dengan JABOTABEKSEPUR (Jakarta – Bogor – Tangerang – Bekasi – Serang – Purwakarta) dan ke arah timur, berbatasan dengan wilayah bisnis Divre IV Jawa Tengah dan daerah istimewa Yogyakarta.

Sejak ditandatangani buy-out atas Divre III dari PT Ariawest International Kepada PT Telkom bulan Juli 2003, secara keseluruhan alat produksi yang selama 8 tahun dikelola mitra KSO dalam kondisi kurang baik operasi dan nyaris tanpa adanya sentuhan pemeliharaan maupun peremajaan.

Berkaca dari semangat hidup masyarakat negeri kincir angin Belanda, manajemen Divre III dalam masa transisi buy-out meluncurkan jurus penyelamatan dan penyehatan yang dikemas melalui strategi ***"Recovery Divre II"*** dalam 3 tahap, hingga 2005 dimana kendali manajemen Divre III akan memasuki operasional dan Service Excellence, sebagai perwujudan janji TELKOM Divre III untuk bangkit, merenda kembali predikat sebagai "Center of Excellence" dengan orientasi menghadirkan citra rasa pelayanan selesai di tempat dan berkualitas kepada masyarakat pelanggan, utamanya di tatar Pasundan.

2.2.2 Visi dan Misi Divre III

VISI

Visi Divre III yaitu "Menjadi divisi yang paling bernilai dan paling menarik di Asia dalam peran sebagai panyedia jaringan dan layanan informasi dan komunikasi"

MISI

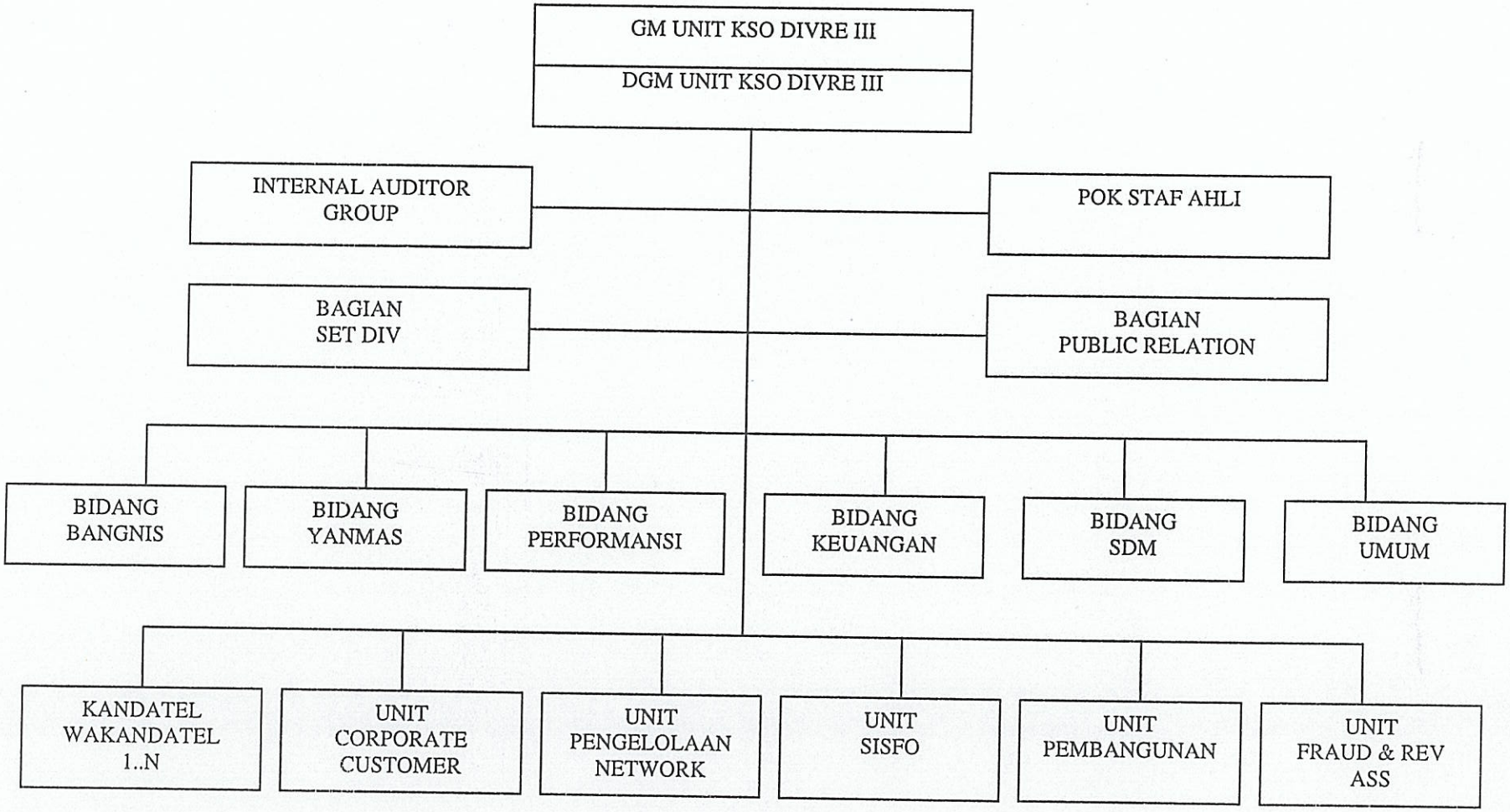
Dalam upaya untuk mewujudkan visinya, Divre III menetapkan misi yang dijadikan dasar / pedoman dalam pengambilan keputusan dan kebijakan. Visi yang telah ditetapkan tersebut diatas :

- Kepada pelanggan menyediakan jaringan dan jasa infocom terbaik.
- Kepada pegawai membentuk SDM yang profesional.
- Kepada pemilik memberikan pertumbuhan dan pencapaian laba yang menarik.
- Kepada lingkungan bekerja sama membangun tanggung jawab sosial.

2.2.3 Struktur Organisasi

Dalam pengelolaan organisasinya, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari 1 (satu) ketua dan 4 (empat) anggota serta sebuah Dewan Direksi yang beranggotakan 1 (satu) orang Presiden Direktur atau CEO dan 4 (empat) orang anggota Dewan Direksi lainnya yang memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda seperti Direktur Sumber Daya dan Bisnis Pendukung/CIO, Direktur Bisnis Jaringan Telekomunikasi, Direktur Bisnis dan Jasa Telekomunikasi, dan Direktur Keuangan/CFO.

STRUKTUR ORGANISASI PT TELKOM DIVRE III
Gambar 1.1



Sebagai sebuah holding company, PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki beberapa buah anak perusahaan terafiliasi seperti PT Telekomunikasi Selular Indonesia yang bergerak sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi bergerak selular, PT Indonusa Telemedia yang menangani bisnis multimedia penyiaran dan Internet dengan nama produk TELKOMVision dan PT Infomedia Nusantara yang mengelola bisnis penerbitan Buku Petunjuk Telepon (Yellow Pages) dan Call Center.

Selain anak perusahaan tadi, dalam menjalankan operasi perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. telah mengelompokan unit-unit yang ada dalam organisasi ke dalam bentuk Divisi, Center dan Yayasan.

2.3 Deskripsi Jabatan

Berbagai pekerjaan dalam bidang pengembangan bisnis dapat dilihat pada deskripsi pekerjaan dari masing – masing bagian yang ada dalam bidang tersebut. Bidang ini merupakan bidang yang bertugas untuk mengembangkan bisnis produk dan layanan yang dipasarkan oleh perusahaan mulai dari perencanaan pembuatan produk, masa perkembangan produk dan masa pada saat produk yang ditawarkan mengalami penurunan. Berikut ini adalah deskripsi pekerjaan bidang pengembangan bisnis pada Divre III.

1.Senior Manager Pengembangan Bisnis

Tugas-tugas yang dilakukan oleh manager Pengembangan Bisnis adalah bertanggung jawab atas:

a. Pengelolaan bisnis yang meliputi perencanaan, analisa, evaluasi, rumusan strategi, riset dan pengembangan infrastruktur network dan IT.
b. Pengelolaan portofolio produk serta pengelolaan program kemitraan dalam rangka pengembangan bisnis perusahaan baik secara periodical maupun on request basis.

2. Manager Riset dan Pengembangan

Tugas-tugas yang dilakukan oleh manager Riset dan Pengembangan adalah bertanggung jawab atas:

a. Pelaksanaan market survey, profilling segmentation, marketing data analysis dan peramalan pendapatan secara berkala.
b. Pelaksanaan riset dan pengembangan produk dan pasar, teknologi, regulasi dan pengendalian proyek R&D dari tahap inisiasi, perencanaan, pengendalian sampai closing projects serta analisis.
c. Evaluasi Term of Reference Topik Unggulan secara berkala triwulan dalam rangka memberikan advis untuk pengembangan bisnis di Divre III.

3. Manager Perencanaan Bisnis

Tugas-tugas yang dilakukan oleh manager Perencanaan Bisnis adalah bertanggung jawab atas:

a. Pelaksanaan market survey, profilling segmentation, marketing data analysis dan peramalan pendapatan secara berkala.
b. Riset dan pengembangan produk dan pasar, teknologi, regulasi dan pengendalian proyek R&D dari tahap inisiasi, perencanaan, pengendalian sampai closing serta analisis, Evaluasi Term of Reference Topic unggulan

secara berkala triwulan dalam rangka memberikan advis untuk pengembangan bisnis di Divre III.

4. *Manager Kemitraan dan OGDC / Wartel*

Tugas-tugas yang dilakukan oleh manager kemitraan dan OGDC / Wartel adalah bertanggung jawab atas:

a. Pengelolaan bisnis kemitraan (termasuk wartel dan OGDC) dengan melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dalam pembagian revenue / beban serta pengendalian bisnis kemitraan sesuai dengan PKS yang telah disepakati.

5. *Manager Produk Manajemen*

Tugas-tugas yang dilakukan oleh manager Produk Manajemen adalah bertanggung jawab atas:

a. Penyusunan dan updating Product Plan seluruh produk / jasa secara berkala bulanan, pembuatan kajian kelayakan investasi untuk new products, re-packaging, re-positioning

b. Pembuatan analisa Product Life Cycle (PLC) serta usulan riset / survei berdasarkan hasil analisa PLC dan Product Plan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan yang akan membawa dampak terhadap optimalisasi pendapatan Divre III

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

1. Aspek Produksi

Dengan berubahnya portofolio bisnis Telkom, Divre yang termasuk kelompok *Delivery Channel* dari produk-produk Telkom berarti tidak hanya memproduksi produk dan layanan telekomunikasi sendirian, melainkan bekerjasama dengan unit bisnis lainnya seperti Divisi Multimedia, Divisi Risti, dan Divisi Fixed Wireless sebagai produk owner. Dengan demikioan Divre hanya menerima produk dan layanan yang dihasilkan oleh bisnis unit tersebut.

2. Aspek Pemasaran

Dengan berubahnya portofolio bisnis PT Telkom terfokus menjadi *Costumer – Centric Organization*, maka saluran distribusi produk Telkom di susun untuk dapat mengakomodasi kebutuhan masing-masing pelanggan. Sesuai dengan strategi bisnis Telkom yang membagi pelanggannya menjadi 3 segmen yaitu residensial (Residential Costumer), korporat (Corporate Costumer), dan OLO (Other Licenses Operator) maka Telkom membentuk 3 unit bisnis yang berperan sebagai saluran distribusi.

Residensial atau pelanggan rumah tangga dilayani oleh Divre, corporate costumer atau pelanggan perusahaan dilayani oleh ESC (Enterprise Service Center). Dengan demikian, Divre yang sebelumnya berfungsi sebagai operasional bisnis Telkom dikawasan regional tertentu, saat ini berfungsi sabagai salah satu jalur distribusi penjualan Telkom. Divre mempunyai tugas untuk melayani

pelanggan residensial dan tidak lagi melayani pelanggan korporat atau perusahaan.

Berikut ini adalah produk yang dipasarkan oleh Divre III dikhususnya untuk pelanggan residensial atau pelanggan rumah tangga dimana produk-produk tersebut dibagi kedalam 5 (lima) kategori kelompok bisnis yaitu:

1. *Kelompok bisnis untuk Phone:*

TELKOM Coin	TELKOM Calling Card
TELKOM Card	TELKOM Flexi
TELKOM Free	TELKOM ISDN - BRA
TELKOM ISDN – PRA	LACAK
NADASELA	TRIMITRA
SANDI NADA	ANDARA
KEYWORD	HUNTING SYSTEM
KLIP	CLIR
MWI	TELKOM Local
TELKOM Memo	TELKOM Phone
TELKOM Phone- LDS	TELKOM Phone – VSAT

TELKOM Phone –DID

TELKOM Phone – Centrex

TELKOM Premium

TELKOM SLI

TELKOM Uni

Warung TELKOM

Injection Answer Signaling

TELKOM Payphone

TELKOM SLJJ

TELKOM Teleconference

Telkom Vote

2. *Kelompok Bisnis untuk Mobile*

   TELKOMSEL

3. *Kelompok untuk View*

   Telkom Vision

4. *Kelompok Bisnis untuk Internet*

   TELKOMGlobal – 017

   i-Telex

   TELKOM Link ASTINet

   TELKOMNet Port Wholesaling

   TELKOM Net Instan

TELKOM Save

TELKOM SMS

TELKOM Web

E – TELKOM

5. *Kelompok Bisnis untuk Service*

TELKOM Link Leased Channel

TELKOM Link Frame Relay

TELKOM Link IP VPN

TELKOM Link IP VPN Dial

TELKOM Customer Service

TELKOM Corporate Service

TELKOM Information Service

TELKOM Inter Carrier

TELKOM Support Service

TELKOM Satellite

3. Aspek Keuangan

PT Telkom Divre III dalam mengelola keuangannya mengacu pada sistem *Cash Base.* Dengan sistem ini dilakukan pemisahan pengelolaan keuangan Divre dengan membagi menjadi dua kas yaitu 1. untuk mencatat penerimaan pendapatan hasil kegiatan operasional 2. untuk pengeluaran biaya bagi keperluan operasional.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Saat ini jumlah karyawan Divre III sebanyak 2481 orang. Performace efisiensi SDM terhadap LIS tahun 2001 mengalami kenaikan 1% dibandingkan dengan tahun 2000. Efisiensi SDM terhadap revenue mengalami kenaikan 8% sedangkan efisiensi SDM terhadap biaya mengalami penurunan 10%. Komposisi pegawai Divre III dapat digolongkan menjadi beberapa kategori, yaitu: 1. kategori berdasarkan jenis kelamin, 2. berdasarkan pendidikan, 3. berdasarkan korp.

Berdasarkan gender di Divre III dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Keterangan	Pria	Wanita	Total
Jumlah	1977	504	2481
%	79.69	20.31	100

Bardasarkan Pendidikan di Divre III dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Keterangan	SD - SLTP	SLTA	D1 – D3	S1	S2	Total
Jumlah	558	944	717	237	25	2481
%	22.49	38.05	28.90	9.55	1.01	100.00

Berdasarkan Korp di Divre III dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Keterangan	Teknik	Non Teknik	Total
Jumlah	1470	1011	2481
%	59.25	40.75	100

Dalam upaya meningkatan performansi kinerja, manajemen Divre III memberikan kesempatan kepada karyawan untuk melakukan inovasi yang dikelola oleh manajemen mutu Telkom dan mengikutsertakan pegawai pada pameran inovasi yang diselenggarakan oleh Divisi RISTI sebagai apresiasi. Adapun perolehan inovasi dicapai melalui kegiatan *continous improvement* oleh karyawan dari setiap unit kerja. Kepada seluruh penemu pertama inovasi, identitasnya diabadikan oleh perusahaan dalam buku TELKOM *Golden Book of Record*, sebagai upaya memberikan pengakuan atas hasil karyanya dan sekaligus melindungi hak intelektual karyawan yang bersangkutan.

Untuk memotivasi karyawannya agar menggunakan seluruh potensinya, Divre III mengaitkan sistem penilaian kerja (SKI) dengan sistem kompensasi. Sedangkan untuk memotivasi pegawai mengembangkan diri, Divre III menyediakan fasilitas pendidikan dan pelatihan yang melibatkan karyawan.