

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam Svstain tentunya terdapat alur kerja dan koordinasi. Karena dibimbing oleh program Skystar, biasanya pihak Skystar berkoordinasi dengan CEO untuk membahas terkait *briefing program*, menyusun jadwal bimbingan, serta Menyusun jadwal *mentoring*. Kemudian dari CEO mengkoordinasikan informasi tersebut ke tim Svstain.



Gambar 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Alur pekerjaan Svstain tentunya tidak hanya seputar bimbingan dengan pihak Skystar. Untuk operasional keseharian perusahaan biasanya ditentukan oleh CEO

dan *timeline* yang sudah disusun setiap rapat perusahaan. Platform yang digunakan untuk berdiskusi tim Svstain adalah aplikasi Whatsapp. Biasanya CEO menginfokan kepada tim terkait timeline dan pertemuan seperti rapat mingguan dan bulanan serta bimbingan dengan pihak Skystar. Selain itu, tentunya koordinasi berlanjut secara personal untuk membahas terkait operasional dengan masing-masing *jobdesc* agar dapat berdiskusi lebih cepat, seperti:

- CEO dengan operasional
- CEO dengan kreatif
- CEO dengan finance
- CEO dengan pemasaran

Namun untuk seluruh hasil keputusan dan informasi selalu di info melalui Whatsapp Group chat Svstain agar seluruh anggota tim mengetahui informasi tersebut. Sehingga dengan alur kerja dan koordinasi tersebut, Svstain dapat mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan bisnis yang lebih efektif.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Penulis sebagai CEO dari Svstain, tentunya terdapat tanggung jawab dalam berbagai aspek strategis dan operasional perusahaan. Berikut adalah wujud *job description* (deskripsi pekerjaan) dari CEO brand fashion Svstain:

No.	Tugas	Keterangan
1.	Merumuskan Visi dan Strategi Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan visi jangka panjang Svstain berdasarkan tren pasar, identifikasi peluang, dan kompetisi di industri fashion. • Mengembangkan strategi bisnis yang mencakup inovasi produk, ekspansi

		pasar, dan pertumbuhan keseluruhan perusahaan.
2.	Mengambil Keputusan Strategis	<ul style="list-style-type: none"> ● Mengambil keputusan strategis terkait dengan desain produk, pemasaran, distribusi, dan ekspansi <i>brand</i>. ● Menganalisis data perusahaan dan kinerja perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan serta mengambil tindakan yang diperlukan.
3.	Mengelola Operasional Sehari-hari	<ul style="list-style-type: none"> ● Mengawasi semua aspek operasional perusahaan, termasuk produksi, manufaktur, distribusi, dan <i>stock</i>. ● Memastikan bahwa operasional berjalan efisien dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.
4.	Pengembangan Merek dan Identitas Brand	<ul style="list-style-type: none"> ● Bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan identitas merek perusahaan. ● Membuat keputusan terkait desain produk, kemasan, dan pemasaran untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik konsumen.
5.	Mengelola Hubungan dengan Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> ● Mewakili perusahaan dalam pertemuan dengan <i>client</i>, vendor, mentor, dosen, konsumen, dan investor. ● Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak terkait untuk mendukung pertumbuhan dan reputasi usaha.
6.	Pengembangan Tim dan Kepemimpinan Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Membangun dan mengelola tim eksekutif. ● Memberikan arahan dan dukungan kepada tim untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengembangkan karyawan.
7.	Analisis dan Perencanaan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> ● Mengelola keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran,

		<p>analisis keuangan, dan pengambilan keputusan investasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan keuangan perusahaan sehat dan sesuai dengan tujuan bisnis jangka panjang.
8.	Inovasi dan Penelitian Pasar terhadap produk untuk konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi tren pasar dan peluang baru dalam industri <i>fashion</i>. • Mendorong inovasi dalam desain produk, teknologi, dan proses bisnis untuk mempertahankan daya saing perusahaan.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

3.2.1. Uraian Kerja Magang

1. Merumuskan Visi dan Strategi Bisnis:

Menetapkan visi jangka panjang Svstain berdasarkan tren pasar, identifikasi peluang, dan kompetisi di industri fashion. Ini umumnya dilakukan pemegang sebagai CEO ketika sedang memikirkan produk atau *project* yang akan dilakukan dikemudian harinya. Hal tersebut dilakukan agar produk dan inovasi dapat terus berkembang namun tetap sesuai dengan visi Svstain.

Sehingga visi Svstain sendiri sangat penting, karena dapat mempengaruhi apek pengembangan strategi bisnis Svstain yang mencakup pengembangan produk, ekspansi pasar, dan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan. Hal tersebut bertujuan agar langkah yang diambil Svstain sesuai dengan tujuan dari awal Svstain terbentuk. Penting juga CEO merumuskan dan menjaga visi dari Svstain, terutama mengingatkan anggota Svstain agar sesuai dengan tujuan.

Salah satu visi internal Svstain adalah dari anggota tim sendiri tidak akan mengeluarkan modal untuk produksi. Hal tersebut dikarenakan penulis ingin mendorong kreatifitas tim dan memaksimalkan keuntungan untuk membangun

bisnis dengan status mahasiswa. Hasilnya dari Svstain pernah berpartisipasi dalam lomba atau pendanaan seperti LIKMI dan P2MW selama magang.

Penulis dan tim pernah mengikuti Lomba Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa Indonesia (LIKMI) namun tidak berhasil lolos. Alasan utama ketidakberhasilan ini adalah karena ini merupakan pengalaman pertama penulis dalam mengikuti kompetisi bisnis. Meskipun demikian, partisipasi dalam lomba ini memberikan banyak pelajaran berharga tentang bagaimana merancang dan mempresentasikan ide bisnis dengan lebih efektif. Pengalaman ini juga memotivasi penulis dan tim untuk terus belajar dan mengasah keterampilan bisnisnya, dengan harapan dapat meraih kesuksesan dalam kompetisi serupa di masa depan. Berkat pengalaman tersebut, akhirnya kita berhasil lolos dalam P2MW.

Tentunya dari mengikuti kompetisi bisnis atau pendanaan tersebut kita mendapatkan modal yang dapat digunakan untuk produksi dan pengembangan Svstain untuk menjadi lebih baik lagi.

2. Pengambilan Keputusan Strategis:

Mengambil keputusan strategis terkait dengan desain produk, hal ini mencakup pemasaran, distribusi, dan ekspansi merek. Hampir setiap hari pastinya ada diskusi dengan tim maupun secara personal. Terutama ketika sedang produksi tentunya banyak hambatan sampai penjualan, sehingga pemegang harus mengambil keputusan atau solusi dengan cepat agar operasional dapat tetap berjalan.

Selain itu menganalisis data pasar dan kinerja perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan serta mengambil tindakan yang diperlukan dalam operasional sehari-hari dan proyek perusahaan. Saat magang, penulis dan tim berhasil produksi ke-2 kalinya. Hal tersebut juga mendukung seperti tema *crypto*. Karena pada saat itu sedang panas dan viral soal *crypto*, sehingga pemegang dan tim menggunakan kesempatan ini untuk menjadi tema produksi.

3. Mengelola Operasional Sehari-hari:

Setiap harinya CEO mengawasi, mengingatkan, berkoordinasi semua aspek operasional perusahaan, termasuk produksi, manufaktur, distribusi, rantai pasokan dengan anggota tim yaitu operasional, kreatif, pemasaran, dan finance. Memastikan bahwa operasional berjalan efisien dan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan Svstain tentunya sangat penting. Perencanaan operasional yang dilakukan CEO Svstain sendiri dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu perencanaan mingguan, bulanan, dan *project*.

Namun dalam perencanaan operasional tersebut tentunya harus didasarkan dengan *timeline* dari Svstain. Sehingga keputusan perencanaan yang diambil harus sesuai *timeline* yang sudah disusun. Hasil perencanaan operasionalnya seperti,

Mingguan

- Menentukan rapat mingguan.
- Menyusun objektif setiap rapat.
- Update timeline secara berkala.
- Menentukan jadwal untuk rapat selanjutnya.
- Berdiskusi dengan personal serta tim setiap harinya.
- Mencari informasi terkait trend yang sedang berjalan.
- Visit ke vendor sesuai *timeline* yang sudah disusun.
- Memastikan tim Svstain mengerjakan tugas sesuai dengan *timeline*.
- Berkoordinasi dengan pihak Skystar terkait jadwal bimbingan.
- Mendorong penjualan.

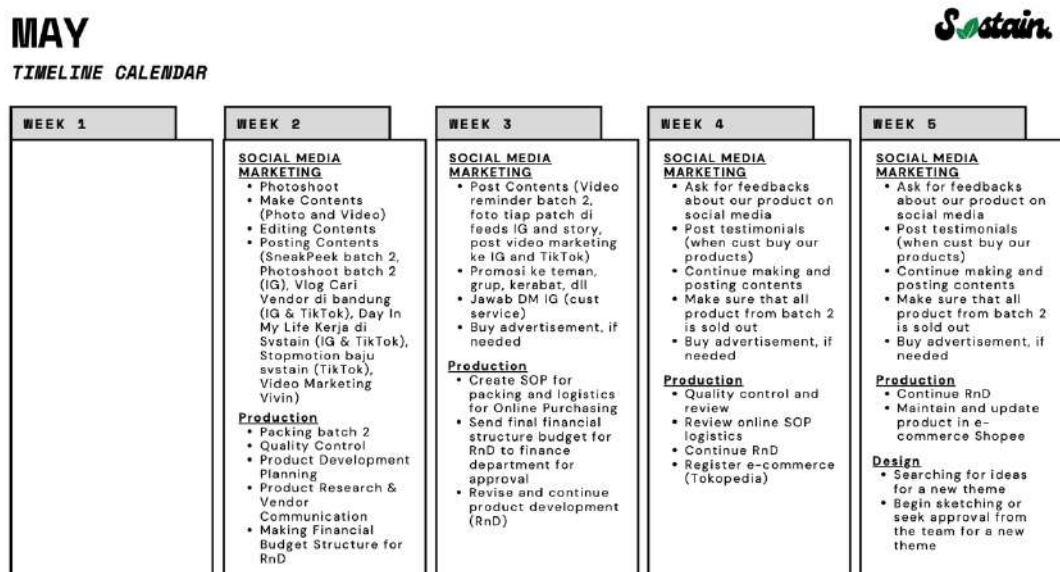
Bulanan

- Melakukan evaluasi dalam sebulan terakhir.
- Menetapkan fokus atau deadline yang harus dikerjakan dalam bulan tersebut.
- Kunjungan ke vendor untuk menjaga hubungan vendor dan Svstain.
- Menentukan timeline tugas dan deadline untuk asistensi tugas yang belum selesai.

Project

- Brainstorming terkait *project* yang akan kita lakukan.
- Menentukan *timeline* berjalannya project tersebut.
- Merencanakan desain, inovasi, dan bahan sampai tahap produksi.
- Merencanakan strategi pemasaran dan penjualan.
- Merencanakan anggaran keuangan.
- Merencanakan ide konten dan visualisasi.
- Setelah produksi terdapat QC (*Quality Control*)
- Membahas mengenai hambatan dan evaluasi dari *project* yang dikerjakan.

Tentunya perencanaan tersebut tidak akan maksimal tanpa penyusunan *timeline*. Hal tersebut sangat membantu CEO untuk mengawasi dan mengontrol seluruh pekerjaan yang menjadi prioritas dan keseluruhan Svstain. Contoh bentuk *timeline* bulan Mei yang disusun seperti gambar dibawah ini.



Gambar 3.2 Timeline Svstain

Dibalik itu, tentunya terdapat pertemuan tim Svstain setiap minggunya. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kerja sama tim dan mengetahui informasi dan kendala setiap anggota tim ketika menjalankan pekerjaan.

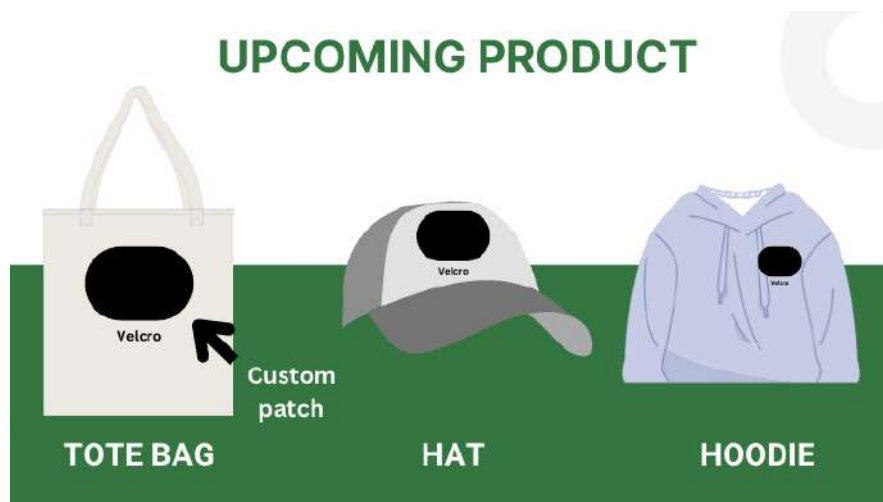
4. Pengembangan Merek dan Identitas:

CEO juga bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan identitas merek perusahaan. Biasanya, CEO banyak berkoordinasi dengan pemasaran dan kreatif Svstain terkait pengembangan merek dan identitas Svstain. Membuat keputusan terkait desain produk, kemasan, dan cara pemasaran untuk memperkuat citra *brand* dan meningkatkan daya tarik konsumen.



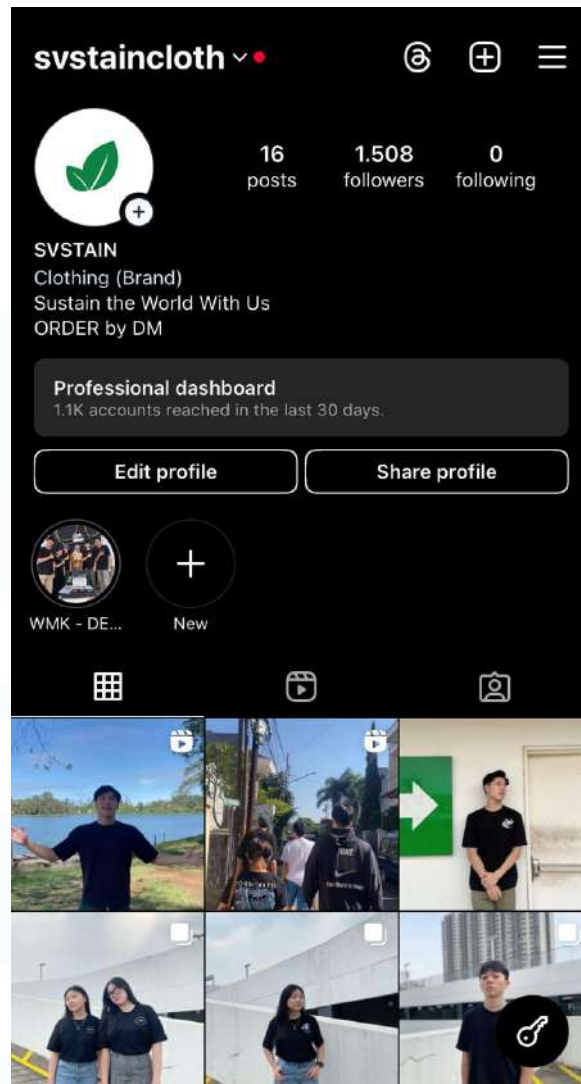
Gambar 3.3 Produk Svstain

Hal tersebut di rancang bersama dan berdiskusi terkait teknisnya. Ketika sudah selesai maka selaku CEO tentunya memberikan *feedback* atau memberikan persetujuan untuk menjalankan strategi tersebut. Selain konten pemasaran, tentunya desain produk dan inovasi juga menjadi prioritas dari Svstain. Sehingga setiap desain atau produk yang kita jual pastinya sesuai dengan standar demi menjaga citra Svstain dan identitas Svstain.



Gambar 3.4 Upcoming Product Svstain

Sebagai pusat informasi dan identitas Svstain, tentunya platform *social media* juga berperan penting. Sehingga seluruh isi konten dan informasi dari Svstain wajib dicantumkan melalui aplikasi Instagram. Dengan kompetensi dari pemasaran dan kreatif, tentunya konten Svstain sejauh ini sudah berkembang pesat. Namun sebagai CEO, pastinya penting untuk selalu mendorong timnya untuk memberi dan berkembang lebih baik lagi.



Gambar 3.5 Akun Social Media Svstain

5. Mengelola Hubungan Eksternal:

Menjaga hubungan eksternal hampir menjadi keseharian dari CEO. Mewakili perusahaan dalam pertemuan dengan vendor, investor, dosen pembimbing, mentor, relasi, supplier dan *client*. Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak terkait sangatlah penting, karena dapat mendukung pertumbuhan dan reputasi dari Svstain.

Selain itu, pemegang juga pastinya menerima setiap keluhan atau masukan dari konsumen. Terutama ketika ada open booth dan hal serupa, biasanya informasi dari

konsumen kita terima dengan baik dan dijadikan evaluasi agar Svstain dapat menjadi lebih baik lagi.

Selama magang, penulis juga berhasil mempertahankan hubungan dengan eksternal dan justru berhasil menambah relasi lagi. Seperti vendor, mentor, dan tentunya konsumen baru.

6. Pengembangan Tim dan Kepemimpinan:

Efektivitas dan kinerja anggota tim tentu menjadi hal yang paling penting di Svstain. Membangun dan mengelola tim eksekutif yang berkinerja tinggi juga bukan hal yang muda. Sebagai CEO harus selalu memberikan arahan dan dukungan kepada tim untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengembangkan anggota tim tersebut. Sehingga penting juga sebagai CEO untuk selalu mencari ilmu baru dan belajar dari mentor lain agar dapat memberikan arahan atau sudut pandang baru kepada seluruh tim Svstain agar selalu berkembang dan dapat dipercaya sama tim.

Svstain juga banyak mengikuti mengikuti lomba bisnis dan lomba pendanaan kewirausahaan. Seperti LIKMI dan P2MW pada periode magang ini. Dengan mengikuti lomba, tentunya kita juga mengembangkan *skill* tim dan memperbaiki kesalahan yang masi terdapat di Svstain. Selain itu, Svstain juga berhasil mengumpulkan uang untuk perjalanan ke Bandung untuk pengembangan tim.



Gambar 3.7 Kunjungan ke Bandung

Selama di Bandung, tentunya kita belajar lebih banyak tentang *industry fashion* dan kita belajar hal baru yaitu pengetahuan mengenai *textile*, cara untuk mengurangi *cost per product*, cara untuk meningkatkan penjualan, cara membangun dan masuk komunitas untuk merek sendiri dan cara bermain seperti konveksi untuk partai besar serta mendapat vendor dan *supplier* baru. Hal tersebut berdampak sangat baik karena ilmu yang dipelajari membantu kami beroperasi lebih baik lagi dari sebelumnya.

7. Analisis dan Perencanaan Keuangan:

Keuangan pastinya juga sangat penting. Mengelola keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, analisis keuangan, dan pengambilan keputusan pengeluaran keuangan harus dikontrol dari CEO. Biasanya, CEO memastikan keuangan perusahaan sehat dan sesuai dengan tujuan bisnis jangka panjang dari laporan keuangan finance. Serta memberikan arahan dan berdiskusi dengan finance terkait anggaran produksi, *project*, maupun perjalanan untuk pengembangan tim.

finance Svstain juga mengatur segala sistem uang masuk dan keluarnya perusahaan. Tentunya selama magang tentunya terdapat peningkatan, seperti pemasukan yang lebih besar dan yang terpenting sistem pembayaran Svstain juga menjadi semakin jelas dan rapi. Hal tersebut tercapai dengan membuka rekening baru dan m-banking untuk mempermudah pembayaran terkhusus untuk uang perusahaan.

Selama magang, anggaran yang pernah disusun adalah anggaran produksi pesanan baju polo, produksi batch 2, dan anggaran pengembangan tim trip ke Bandung. Hal tersebut membantu kita untuk tetap sesuai keuangan internal agar kita tidak salah dalam kelola keuangan Svstain.

8. Inovasi dan Penelitian Pasar:

Pasar pastinya selalu berkembang, mengidentifikasi tren pasar dan mencari peluang baru juga sangatlah penting. Umumnya untuk mengatasi hal ini, pemasaran, kreatif dan operasional juga ikut berperan dalam hal ini. Mendorong

inovasi dalam desain produk, teknologi, dan proses bisnis untuk mempertahankan daya saing perusahaan. Tantangan yang perlu dilalui adalah mengedukasi konsumen terkait penggunaan produk kami. Tentunya selama magang, terdapat beberapa inovasi produk yang kita rencanakan dan sudah kita *prototype* bahkan produksi.

Meneliti kebutuhan pasar juga mempengaruhi ide produk. Dalam 2 bulan terakhir, Svstain berhasil mengkategorikan beberapa inovasi *patch* yang akan dijual. Dengan menggunakan strategi meneliti pasar dalam sebuah komunitas, tentunya memberikan kita ide untuk menentukan target konsumen baru berdasarkan kebutuhan dan daya tarik konsumen dalam komunitas tersebut.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Beberapa kendala yang dihadapi selama magang sebagai CEO Svstain dalam menjalankan tugas adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Sumber Daya:

- Selama magang, sebagai CEO menghadapi tantangan terkait keterbatasan sumber daya, baik itu sumber daya manusia, keuangan, atau waktu cukup berasa. Dalam mengelola operasional sehari-hari, terkadang harus memprioritaskan tugas-tugas yang paling penting untuk dilakukan dengan sumber daya yang terbatas. Karena masi menjadi mahasiswa aktif, pemegang masi mendapat tugas kuliah yang perlu diselesaikan. Sehingga hal tersebut dapat mengganggu tugas-tugasnya di Svstain.

2. Pemahaman Pasar yang Terbatas:

- Meskipun sudah melakukan penelitian pasar, tetapi pemahaman yang mungkin terbatas terhadap perubahan tren atau preferensi konsumen bisa menjadi kendala. Hal ini bisa mengakibatkan keputusan strategis yang kurang tepat dalam pengembangan produk atau kampanye pemasaran. Seperti memproduksi produk yang berkaitan dengan pasar dari sebuah komunitas, tetapi *buying*

behavior dari komunitas tersebut sangat kecil sehingga produk kita tidak terjual.

3. Tekanan dan Tuntutan Waktu:

- Sebagai pemimpin Svstain, pemegang seringkali menghadapi tekanan dan tuntutan waktu yang tinggi, terutama dalam mengambil keputusan strategis yang berdampak pada pertumbuhan perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan stres dan kelelahan.

4. Kesulitan dalam Memelihara Identitas Merek:

- Mengelola identitas merek secara konsisten dalam semua aspek operasional dan pemasaran perusahaan bisa menjadi tantangan, terutama jika terjadi perubahan di dalam tim kreatif atau jika terjadi perubahan visi atau arah merek.

5. Hubungan Eksternal yang Kompleks:

- Memelihara hubungan yang baik dengan pihak eksternal seperti vendor, investor, dan *client* membutuhkan waktu dan energi yang signifikan. Sebagai CEO sempat mengalami kesulitan dalam menjaga hubungan yang baik dengan semua pihak terkait. Dikarenakan perbedaan umur dan awalnya kurang paham terkait negosiasi, sehingga terdapat beberapa *vendor* atau *supplier* yang tidak mau bekerja sama dengan Svstain. Kemudian terdapat kendala seperti *client* yang memiliki permintaan yang berlebihan dan kita sudah mengatakan bahwa kita tidak dapat menyanggupi kebutuhan *client* tersebut. Namun tetap memaksa dan tidak sesuai ekspektasi *client*.

6. Pemecahan Masalah Operasional:

- Dalam mengelola operasional sehari-hari, sebagai CEO masi menghadapi berbagai masalah yang membutuhkan solusi cepat dan efektif. Kesulitan dalam menemukan solusi yang tepat dapat

mempengaruhi kelancaran operasional perusahaan. Karena kesibukan dilain hal, terdapat beberapa kejadian dimana diskusi menjadi kurang efektif karena kelamaan bales diskusi tersebut.

7. Perubahan Lingkungan Bisnis:

- Perubahan dalam lingkungan bisnis, seperti persaingan yang meningkat. Semakin banyak kompetitor yang bermunculan di pasar, sehingga mempengaruhi strategi bisnis dan perencanaan operasional. Beradaptasi dengan perubahan tersebut mungkin menjadi tantangan yang cukup besar. Tantangan tersebut sangat berasa ketika kita berniat untuk meluncurkan sebuah produk baru, namun produk tersebut pasarnya lumayan besar dan harga persaingannya sangat ketat. Dengan inovasi dan standar Svstain, harga produk kita menjadi sangat mahal dalam sektor tersebut.

8. Pengembangan Tim dan Kepemimpinan:

- Memastikan bahwa anggota tim Svstain tetap termotivasi dan berkinerja tinggi juga masi menjadi tantangan, terutama jika terdapat perbedaan pendapat atau konflik di dalam tim. Hal itu juga belum mencakup masalah *personal* yang dialami dan tugas kuliah yang masing-masing anggota tim perlu prioritaskan juga.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Beberapa solusi yang dapat diimplementasikan kedepannya untuk mengatasi berbagai kendala terserbut yaitu:

1. Optimalkan Penggunaan Sumber Daya:

- Prioritaskan tugas-tugas yang paling penting dan alokasikan sumber daya dengan efisien. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan perencanaan yang lebih matang lagi, delegasi tugas kepada anggota tim yang tepat, dan memanfaatkan teknologi atau alat manajemen

proyek untuk meningkatkan produktivitas. Kemudian untuk tugas kuliah bisa dibagikan waktunya sendiri lagi atau bahkan memberikan evaluasi kepada pihak program agar mereka dapat memberikan bimbingan yang lebih baik lagi kedepannya.

2. Investasi dalam Peningkatan Pemahaman Pasar:

- Melakukan investasi dalam riset pasar yang lebih mendalam dan memperluas jaringan kontak dengan para ahli industri dan pelaku bisnis lainnya. Memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen dengan lebih baik sehingga dapat mengambil keputusan strategis yang lebih tepat.

3. Manajemen Waktu dan Stres:

- Menerapkan praktik manajemen waktu yang efektif, seperti membuat jadwal yang terstruktur, mengidentifikasi dan mengatasi prioritas, serta menghindari multitasking yang berlebihan. Selain itu, penting untuk memastikan masih terdapat waktu untuk istirahat dan rekreasi guna mengurangi tingkat stres.

4. Penguatan Identitas Merek:

- Tetap konsisten dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai merek kepada konsumen melalui media sosial dan interaksi dengan konsumen. Melakukan evaluasi secara rutin terhadap strategi pemasaran dan desain produk untuk memastikan bahwa mereka selaras dengan identitas merek yang telah ditetapkan.

5. Peningkatan Hubungan Eksternal:

- Selalu jaga komunikasi yang baik dengan pihak eksternal, seperti vendor, investor, dan mitra bisnis. Jadwalkan pertemuan secara teratur dan berikan perhatian yang memadai terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka. Dan yang paling penting adalah mengetahui harga bahan baku yang memang tidak bisa ditekan, sehingga

negosiasi dengan *vendor* dan *supplier* juga menjadi lebih enak dan saling menguntungkan.

6. Pemecahan Masalah Proaktif:

- Tingkatkan kemampuan dalam memecahkan masalah dengan cara mengadopsi pendekatan proaktif, berpikir kreatif, dan melibatkan anggota tim dalam proses pengambilan keputusan. Selalu siap dengan rencana darurat dan strategi alternatif untuk menghadapi berbagai situasi yang mungkin timbul.

7. Fleksibilitas dan Adaptasi:

- Beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dengan cepat dan fleksibel. Jadilah terbuka terhadap ide baru, teknologi, dan strategi yang dapat membantu meningkatkan daya saing perusahaan dalam pasar yang dinamis.

8. Pengembangan Tim dan Kepemimpinan:

- Berinvestasi dalam pengembangan tim melalui pelatihan, mentoring, dan pembinaan. Membangun budaya kerja yang inklusif dan mendukung akan membantu meningkatkan motivasi dan kinerja anggota tim. Membuat program yang dapat menghibur tetapi tetap produktif seperti kerja di *café*, atau perjalanan keluar kota. Yang terpenting, mengingatkan skala prioritas dari anggota tim Svstain.