

Bab I Gambaran Umum

I.1 Profil Perusahaan

I.1.1 Sejarah PT. Nestlé Indonesia

Nestlé Indonesia adalah anak perusahaan Nestlé S.A., yang berpusat di Vevey, Swiss, dan telah beroperasi selama lebih dari 150 tahun.

Sebagai perusahaan gizi, kesehatan dan keafiatan terkemuka di dunia, Nestlé mulai beroperasi di Indonesia tahun 1971. Nestlé Indonesia kini mempekerjakan sekitar 3.400 karyawan dan mengoperasikan tiga pabrik yaitu Pabrik Kejayan di Jawa Timur untuk mengolah produk susu seperti DANCOW dan BEAR BRAND, Pabrik Panjang di Lampung untuk mengolah kopi instan NESCAFÉ, serta Pabrik Karawang di Jawa Barat untuk memproduksi DANCOW, MILO dan CERELAC.

Moto Nestlé “Good Food, Good Life” menggambarkan komitmen Nestlé untuk senantiasa memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menghasilkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu makanan dan minuman yang berkualitas, bergizi, aman untuk dikonsumsi, serta lezat rasanya.

Tabel I.1 Sejarah Perusahaan Nestlé di Indonesia

Sejarah Perusahaan Nestlé di Indonesia	
1873	Farine Lactée dan susu kental manis MILKMAID atau TJAP NONA mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1873.
1971	PT. Food Specialities Indonesia (Sekarang menjadi PT. Nestlé Indonesia) didirikan pada 29 maret 1971
1973	Pabrik Nestlé pertama di Indonesia dibuka di Waru Jawa Timur untuk memproduksi susu kental manis TJAP NONA.
1976	Produk susu DANCOW mulai diproduksi secara lokal di Indonesia.
1978	Nestlé memproduksi kopi instan dengan merek NESCAFÉ di pabrik pengolahan kopi di Panjang, Lampung sebagai pabrik kedua Nestlé di Indonesia.

1988	Lini produksi di Pabrik Waru di pindahkan ke Pabrik Kejayan di Pasuruan, dan memproduksi produk berbasis susu.
1990	Nestlé Indonesia memproduksi kembang gula POLO dan FOX's di Cikupa sebagai pabrik ketiga Nestlé di Indonesia
2001	Semua anak perusahaan Nestlé S.A. di Indonesia tergabung dalam PT. Nestlé Indonesia.
2006	Nestlé menyatakan Creating Shared Value sebagai pendekatan dalam melakukan bisnis, di mana setiap kegiatan yang ditujukan untuk menciptakan manfaat bagi pemegang saham juga harus menciptakan manfaat bagi masyarakat, terutama di sekitar tempat perusahaan beroperasi.
2012	Nestlé S.A mengakuisisi Wyeth Nutrition. Di Indonesia, PT Wyeth Nutrition Indonesia menjadi bagian grup Nestlé Indonesia.
2014	Pabrik Karawang di Jawa Barat didirikan guna memenuhi kebutuhan akan produk susu bubuk, bubur bayi, dan minuman coklat malt.
2015	Nestlé Indonesia membuka Nestlé Indonesia Gallery yang berlokasi di pabrik terbarunya di Karawang, Jawa Barat untuk menyediakan akses informasi bagi para pemangku kepentingan tentang Nestlé dan perjalanannya untuk menjadi perusahaan Gizi, Kesehatan dan Keafiatan terdepan.
2018	Pabrik Cikupa di akuisisi oleh PT. Savoria Kreasi Rasa sebagai bagian dari kebijakan bisnis yang di ambil oleh PT. Nestlé Indonesia
2021	Pabrik Bandaraya di Jawa Tengah didirikan guna memenuhi kebutuhan akan produk minuman kaleng dan UHT

I.1.2 Visi dan Misi Nestlé

Sebagai perusahaan produksi makanan terbesar di dunia, Nestlé memusatkan perhatian untuk meningkatkan gizi (*nutrition*), kesehatan (*health*) dan keafiatan (*wellness*) terhadap konsumen Nestlé. Para karyawan Nestlé berdedikasi dan termotivasi untuk memproduksi produk berkualitas dan membangun merek-merek yang memenuhi kebutuhan konsumen.

Nestlé telah hadir di Indonesia sejak abad ke-19. Kini, bersama sekitar 3.000 karyawan, Nestlé Indonesia mengoperasikan tiga pabrik yang mengolah sekitar 500.000 liter susu segar setiap hari dari 27.000 peternak sapi perah di Jawa Timur dan biji kopi dari sekitar 20.000 petani kopi di Lampung. Melalui keempat sentra distribusi dan ratusan distributor yang hadir di setiap provinsi, Nestlé memastikan ketersediaan produk Nestlé bagi para konsumen di seluruh Indonesia.

Sebagai bagian dari sebuah perusahaan global, Nestlé terus-menerus melakukan penelitian dan pengembangan untuk terus melakukan penyempurnaan berbagai produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan sejalan dengan berkembangnya konsep dan dimensi makanan, yang kini tidak lagi sekedar untuk memperoleh kenikmatan (*enjoyment*), namun telah berkembang menuju keafiatan (*wellness*) dan bermuara pada kehidupan yang sejahtera dan berkualitas (*wellbeing*).

Hal ini sejalan dengan Misi Nestlé Indonesia untuk turut mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat melalui produk-produknya yang berkualitas, bergizi dan lezat rasanya. Selain itu Nestlé juga memfokuskan diri untuk senantiasa memberikan informasi dan pendidikan bagi para konsumen, antara lain seperti tercantum dalam kemasan setiap produk Nestlé. Dalam menjalankan bisnisnya, Nestlé berusaha untuk selalu menjalankan tanggung jawab kepada masyarakat dan menciptakan manfaat.

Sebagai perusahaan terkemuka dalam bidang gizi, kesehatan dan keafiatan, Nestlé yakin bahwa untuk mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang serta menciptakan manfaat bagi para pemegang sahamnya, perusahaan harus menciptakan manfaat bagi masyarakat – Nestlé menyebutnya *Creating Shared Value* (Menciptakan Manfaat Bersama). Nestlé tidak hanya memproduksi produk berkualitas tinggi dan bergizi bagi para konsumen, namun juga membantu ribuan petani untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas hasil pertanian mereka, menciptakan lapangan pekerjaan baru, menggunakan bahan baku dalam negeri yang akan diolah menjadi produk bernilai tambah dan berkualitas tinggi, dengan demikian menciptakan manfaat bersama sepanjang rantai nilai perusahaan.

Dalam beroperasi, Nestlé senantiasa memastikan standar perilaku bisnis yang ketat dan mendukung pelestarian lingkungan sebagaimana tercantum dalam *Nestlé Corporate Business Principles*. Ini termasuk Prinsip-Prinsip Global Compact PBB tentang Hak Azasi Manusia, Tenaga kerja, Lingkungan dan Korupsi. Dengan landasan strategi bisnis inilah Nestlé memastikan sukses jangka panjang bagi perusahaan.

I.1.3 Strategi Bisnis - Roadmap Nestlé menuju *Good Food, Good Life*

Nestlé memiliki misi untuk dikenal sebagai pemimpin dalam Gizi, Kesehatan dan Keafiatan di dunia, dipercaya oleh semua pemangku kepentingan, dan dijadikan acuan untuk kinerja keuangan dalam industrinya.

Nestlé percaya bahwa kepemimpinan bukan hanya soal besar kecilnya perusahaan, tapi juga soal perilaku. Nestlé paham bahwa kepercayaan hanya dapat diperoleh dengan konsisten memenuhi janji-janji dalam jangka panjang. Misi dan perilaku ini terangkum dalam moto sederhana, "*Good Food, Good Life*", yang mencerminkan keinginan perusahaan Nestlé.

Roadmap Nestlé ditujukan untuk menciptakan keselarasan antara karyawan Nestlé berdasarkan sejumlah prioritas strategis terpadu untuk mempercepat tercapainya misi Nestlé. Misi tersebut menuntut seluruh karyawan Nestlé untuk memiliki inspirasi jangka panjang yang dibutuhkan untuk membangun masa depan dan aksi-aksi usaha jangka pendek, dan memberikan tingkatan kinerja yang dibutuhkan.

Tabel I.2 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan Kompetitif	
• Portofolio produk dan merek yang tak tertandingi • Kemampuan Riset dan Pengembangan (<i>Research & Development /R&D</i>) yang tak tertandingi • Kehadiran geografis yang tak tertandingi	Keunggulan kompetitif yang sejati dihasilkan oleh berbagai keunggulan yang sulit ditiru pada seluruh rantai nilai yang dihasilkan dalam puluhan tahun. Ada keterkaitan erat antara produk yang bagus dan R&D yang kuat, antara kehadiran geografis yang luas dan jiwa usaha, antara

Karyawan, budaya, nilai dan sikap	karyawan yang hebat dan nilai-nilai yang kuat.
---	--

Tabel I.3 Pendorong pertumbuhan

Pendorong pertumbuhan	
- Gizi, Kesehatan dan Keafiatan - Pasar yang berkembang - Kepemimpinan luar ruang - Premiumisasi	Keempat area ini memberikan prospek yang baik bagi pertumbuhan. Kesemuanya dapat diterapkan di seluruh kategori dan di seluruh dunia. Semua yang Nestlé lakukan didorong oleh agenda Gizi, Kesehatan dan Keafiatan. Serta motto Nestlé <i>"Good Food, Good Life"</i> yang menawarkan produk konsumsi dengan profil nutrisi terbaik dalam kategorinya.

Tabel I.4 Pilar Operasional

Pilar Operasional	
- Inovasi & Renovasi - Di mana pun, kapan pun, bagaimanapun - Komunikasi konsumen - Efisiensi operasional	Nestlé harus unggul dalam empat kompetensi inti yang saling berkaitan ini. Semuanya mendorong pengembangan produk, pembaruan dan kualitas, kinerja operasional, hubungan interaktif dengan konsumen dan pemangku kepentingan lain serta diferensiasi dari pesaingnya. Keunggulan pada seluruh area tersebut membuat Nestlé berorientasi pada konsumen, mampu meningkatkan kinerja pada semua aspek penting dan meraih keunggulan dalam pelaksanaan.

Nestlé berusaha meraih kepemimpinan dan mendapat kepercayaan dengan memenuhi harapan konsumen yang pilihannya sehari-hari mendorong kinerja Nestlé, pemegang saham Nestlé, komunitas tempat Nestlé beroperasi dan harapan

masyarakat secara keseluruhan. Nestlé percaya nilai berkelanjutan bagi para pemegang saham hanya dapat terwujud dalam jangka panjang jika perilaku, strategi dan operasi Nestlé juga memberi nilai bagi masyarakat tempat Nestlé beroperasi, bagi mitra bisnis Nestlé, dan tentu saja bagi para konsumen. Nestlé menyebutnya "Menciptakan manfaat Bersama (*Creating Shared Value*)".

Nestlé berinvestasi untuk masa depan untuk memastikan keberlangsungan keuangan dan lingkungan dari kegiatan dan operasional: dari segi kapasitas, teknologi, kemampuan, karyawan, merek, Riset dan Pengembangan (*R&D*). Tujuannya adalah memenuhi kebutuhan hari ini tanpa membahayakan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya, dan melakukannya dengan cara yang menjamin pertumbuhan laba tahun demi tahun dan timbal balik yang tinggi bagi para pemegang saham dan masyarakat pada umumnya dalam jangka panjang.

I.1.4 Corporate Business Principles

Prinsip-Prinsip Bisnis Perusahaan Nestlé merupakan fondasi dari budaya perusahaan Nestlé, yang telah berkembang selama lebih dari 150 tahun.

Sejak pertama kali Henri Nestlé berhasil meramu bubur bayi "Farine Lactée" guna membantu seorang ibu yang ingin menyelamatkan bayinya yang sedang sakit dan tidak mampu menerima air susu ibu, Nestlé telah membangun bisnisnya pada keyakinan bahwa untuk memiliki keberhasilan jangka panjang bagi pemegang saham, perusahaan tidak hanya harus mematuhi semua persyaratan hukum yang berlaku dan memastikan bahwa semua kegiatannya berkelanjutan, namun juga harus menciptakan nilai yang signifikan bagi masyarakat.

Pada 2011, sebuah program pelatihan modular diluncurkan untuk berbagai komponen Prinsip-Prinsip Bisnis Perusahaan. Kedalaman dan fokus dari pelatihan tersebut dibentuk sesuai dengan relevansi untuk fungsi yang berbeda-beda dalam perusahaan. Sebagai contoh, pelatihan tentang komponen hak asasi manusia akan fokus pada manajer dan karyawan di negara-negara yang lebih tinggi risiko hak asasi manusia sebagai prioritas.

Nestlé berkomitmen untuk menganut Prinsip-Prinsip Bisnis berikut ini di semua negara, disesuaikan dengan undang-undang lokal, praktik-praktik budaya dan agama:

1. Konsumen. Tujuan utama Nestlé adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen setiap hari, di manapun mereka berada dengan menawarkan pilihan produk makanan dan minuman yang lezat dan sehat, serta mendorong gaya hidup sehat. Nestlé mengungkapkan hal ini melalui motonya '*Good Food, Good Life*'
2. Karyawan. Nestlé mendukung penuh prinsip-prinsip *United Nations Global Compact* tentang hak asasi manusia dan ketenagakerjaan dan bertujuan untuk memberikan contoh-contoh mengenai hak asasi manusia dan praktik ketenagakerjaan di seluruh kegiatan bisnis Nestlé.
3. Mata Rantai Nilai. Nestlé mensyaratkan kepada para pemasok, agen, subkontraktor dan karyawan mereka untuk bersikap jujur, adil dan berintegritas, serta mematuhi standar yang tidak dapat ditawar. Nestlé memiliki komitmen yang sama kepada para pelanggannya.
4. Integritas Bisnis. Nestlé mensyaratkan karyawan untuk menerapkan integritas, kepatuhan pada perundang Undangan penolakan suap dan korupsi, serta pelaporan dan akutansi yang akurat. Nestlé juga menghindari menggunakan data dan teknologi dengan cara yang tidak sah
5. Interaksi dan komunikasi yang transparan. Nestlé mendukung lingkungan kerja yang menginspirasi, inovatif, transparan, dan terbuka dimana semua karyawan dihormati, memiliki kebebasan untuk terlibat, menciptakan, dan berkontribusi, dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan pendapat.
6. Kepatuhan. Nestlé menilai kepatuhan terhadap terhadap prinsip prinsip bisnis perusahaan melalui program kepatuhan dan akan terus meningkatkan komunikasi, proses, dan training untuk memperbaiki celah saat diperlukan.

I.2 Deskripsi Kegiatan

Lingkup pekerjaan penulis dalam program MSIB di PT. Nestle Indonesia meliputi sebagai berikut pembuatan dokumen *Working Instruction (WI)*, *Standard Diagram Work (SWD)*, pembuatan video modul *training*, melakukan project *Workload Analysis (WOLA)*, *management sleeve* dan BFM, membuat dokumen standar kerapian, dan mengikuti event OEA 2023. Penulis masuk ke dalam *Department Milk Powder (MP) Egron 34* Kejayan *Factory*, Indonesia dibawah naungan *Area Owner MFG*.

I.2.1 Dokumen *Working Instruction (WI)* New Line Filling Big Bag

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : *Working Instruction (WI)* adalah dokumen yang berisi instruksi dan panduan yang terperinci tentang cara melakukan suatu tugas atau pekerjaan secara spesifik. *Working Instruction (WI)* digunakan untuk memberikan petunjuk yang jelas kepada karyawan atau operator tentang langkah-langkah yang harus diikuti, prosedur yang harus dijalankan, dan standar yang harus dipatuhi dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Dokumen ini diperlukan untuk setiap area jalur produksi membantu mengurangi kesalahan, meningkatkan efisiensi, dan memastikan konsistensi dalam melaksanakan tugas sesuai standar.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *Communication*
2. *Technical Capabilities*
3. *Copywriting*
4. *Creative Thinking*

Deskripsi kegiatan:

Dalam pembuatan dokumen ini dilakukan observasi langsung untuk mengidentifikasi langkah-langkah suatu pekerjaan dan menjelaskannya secara rinci. Selanjutnya, meminta masukan dan merevisi sesuai masukan tersebut. Langkah terakhir adalah pendaftaran dokumen agar bisa ditetapkan sebagai acuan suatu pekerjaan. Dengan membuat dokumen *Working Instruction (WI)* penulis berkontribusi untuk dapat membuat referensi yang baik selama proses audit maupun pemeriksaan kepatuhan.

I.2.2 Dokumen *Standard Work Diagram (SWD) in Tipping Lecithin, Big Bag*

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : SWD (*Standard Work Diagram*) adalah sebuah alat visual yang digunakan untuk menggambarkan urutan langkah-langkah dalam suatu proses kerja standar. SWD biasanya digunakan untuk menggambarkan tugas-tugas yang harus dilakukan, urutan eksekusi, dan waktu yang diperlukan untuk setiap langkah dalam proses kerja. Oleh karena itu, dokumen ini diperlukan agar cara kerja antar operator sama dan sesuai standar.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *Analytical Skills*
2. *Technical Capabilities*
3. *Copywriting*
4. *Creative Thinking*

Deskripsi kegiatan:

Dokumen ini diselesaikan dengan langkah-langkah sebagai berikut: mengidentifikasi setiap aktivitas yang dilakukan sesuai dengan standar, mengambil gambar sebagai pendukung dokumen, menyusun dokumen sesuai template, menambahkan simbol untuk deskripsi lanjutan dokumen, konfirmasi ke operator area dan penyedia proyek, langkah terakhir mendaftarkan dokumen. Dengan menggambarkan langkah-langkahnya secara visual, hal ini membantu dalam memahami proses kerja lebih baik.

I.2.3 Video Modul *Training (Tipping Lecithin, Unloading Chemical Acid & Caustic, Filling Big Bag)*

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : Tujuan dari pembuatan video modul *training* adalah sharing standar via digital. Mengapa perlu adanya proyek video modul *training* ini karena memudahkan untuk belajar secara mandiri, meningkatkan efektifitas dan efisiensi baik secara waktu maupun tempat, mudah dalam pemeliharaan dan pembaruan, *repeateable process*, fleksibilitas saat membutuhkan tenaga operator karena bisa di *training* melalui video tersebut.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *Editing Skills*
2. *Visual Communication Skills*
3. *Project Management*
4. *Copywriter*

Deskripsi kegiatan:

Langkah yang dilakukan dalam menyelesaikan proyek ini adalah menyiapkan *Standard Work Diagram* (SWD) dan buat naskah, selanjutnya mengatur jadwal dengan konfirmasi ke orang terkait, lalu pengambilan video, kemudian pengeditan video dengan menggabungkan dan membuatnya menjadi satu video yang mencakup langkah-langkah suatu pekerjaan beserta informasi lainnya. Setelah menjadi sebuah video, konfirmasi ke penyedia proyek untuk memberi masukan/*feedback*.

1.2.4 Workload Analysis (WOLA) in New Line Big Bag

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : Tujuan dari proyek *Workload Analysis* (WOLA) adalah memberikan pengukuran yang tepat untuk menentukan berapa jumlah operator yang dibutuhkan dan menentukan beban kerja yang tepat untuk setiap operator. Sehingga hasil akhir dari aktivitas ini yaitu angka produktivitas dalam keefektifitasan kerja setiap operator (Ajitia N & Prasetya, 2017). Latar belakang proyek ini disebabkan oleh ketidakmampuan operator untuk menambahkan target bag selama satu shift dan kebutuhan departemen MP yang melebihi dari kondisi saat ini. Oleh karena itu, analisis ini dilakukan untuk secara aktual menilai beban kerja operator agar tidak hanya bersifat perkiraan semata.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *Data Analysis*
2. *Problem Solving*
3. *Colaboration & Teamwork*
4. *Project Management*

Deskripsi kegiatan:

Proyek ini dilaksanakan dengan membaca studi literatur terlebih dahulu, dilanjutkan dengan memahami formulir observasi yang telah disediakan, setelah itu

mengumpulkan data di lapangan, dan melakukan analisis untuk menentukan tujuan apa yang dapat diusulkan untuk rekomendasi dari proyek ini. Hasil sementara telah meningkat sebesar 3% dan akan terus ditingkatkan.

I.2.5 Standar Cleanliness in New Line Big Bag

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : Prinsip 5S adalah sebuah pendekatan manajemen yang digunakan untuk menciptakan lingkungan kerja yang terorganisir, efisien, dan aman. Prinsip ini berasal dari praktik manajemen Lean dan berasal dari Jepang: *seiri*, *seiton*, *seiso*, *seiketsu*, dan *shitsuke*. Prinsip 5S merupakan salah satu poin dari *Initial Cleaning* yang merupakan langkah pertama dalam kegiatan *Autonomous Maintenance (AM)*.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *5S Principle*
2. *Project Management*
3. Lean dan TPM

Deskripsi kegiatan:

Proyek ini dikerjakan dengan mengklasifikasikan *item-item* yang diperlukan atau tidak, lalu menyiapkan tempat BFM dengan membuat *name tag* untuk setiap *item*, kemudian menyusun BFM sesuai dengan *name tag* (ukuran, jenis bahan, dll). Selanjutnya, penulis memperbarui data dengan mengunjungi *line* produksi sesuai dengan lokasi BFM dalam data sebelumnya, kemudian memeriksa ukuran, jenis bahan, nama vendor, dll. Yang terakhir adalah memperbarui data BFM ke ppt sesuai dengan data baru. Dengan melakukan tugas-tugas ini penulis berkontribusi pada peningkatan efisiensi, keamanan, dan produktivitas di lingkungan kerja.

I.2.6 Management Sleeve dan BFM (Prinsip 5S)

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : Pembuatan dokumen standar kerapian (5S) di lingkungan produksi seperti area big bag adalah langkah penting untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas, kesehatan pekerja, dan efektivitas operasional. Dokumen ini dibuat agar seluruh operator saat melakukan cleaning memiliki standar yang harus diterapkan.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *5S Principle*
2. *Project Management*
3. *Deadline*

Deskripsi kegiatan:

Langkah-langkah yang diambil dalam pembuatan dokumen ini adalah menentukan standar apa yang akan dicantumkan dan mengambil foto-foto dari *line* produksi yang akan dimasukkan ke dalam dokumen. Kemudian mendaftarkan dokumen untuk bisa dijadikan dokumen yang standar dan bisa disosialisasikan ke operator. Dengan tugas ini, penulis berkontribusi untuk memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan bebas dari kontaminasi dan mematuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

1.2.7 Operation Excellent Awards (OEA) 2023 Event

Posisi : *Technical Intern (Milk Powder Department)*

Deskripsi : OEA (*Operation Excellent Awards*) adalah suatu kegiatan yang dirancang dan ditingkatkan untuk terus melakukan perbaikan secara konsisten dan berkelanjutan, serta juga digunakan sebagai acara untuk mengapresiasi perbaikan yang memiliki dampak. Kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi dan mendorong seluruh karyawan terlibat agar terus meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam setiap aspek operasional.

Kompetensi yang dikembangkan :

1. *Teamwork & Collaboration*
2. *Project Management*
3. *Deadline*
4. *Problem Solving*

Deskripsi kegiatan:

Dalam event ini penulis berpartisipasi untuk mendukung FAST TEAM dalam pembuatan PowerPoint (PPT) dan membuat animasi untuk menggambarkan *problem solving* yang dihasilkan yang akan diikuti ke dalam kategori *safety*. Sebagai hasilnya, FAST TEAM mendapatkan juara 2 dalam project kategori *safety*.