

<b>SENTRAL TEHNOLOGI MANAGEMENT</b>  <b>PROSEDUR PELATIHAN PUBLIK DAN SEMINAR</b>	No Dokumen	STM / PP02 / 05		
	Mulai Berlaku	05 Mei 2014		
	Revisi	03		
	Tanggal Revisi	05 Februari 2021		
	Halaman	1	dari	3

### **TUJUAN:**

Melaksanakan program publik training dan seminar sesuai dengan kebutuhan market dan nilai unggul perusahaan (kompetensi perusahaan), yang mana pada akhirnya meningkatkan brand image perusahaan sebagai konsultan yang mampu memenuhi kebutuhan mereka

### **REFERENSI:**

1. ISO 9001:2015, Quality Management System, Pasal 8.1, 8.2, 8.5
2. ISO 45001:2018, Safety Management Sistem, Pasal 8.1

### **RUANG LINGKUP:**


Meliputi program publik training dan seminar yang diselenggarakan oleh STM, dimulai dari perencanaan hingga evaluasi program publik training

### **DEFINISI:**

Publik training : Training yang membahas secara detil mengenai suatu topik permasalahan  
 Seminar : Training singkat yang lebih bersifat memperkenalkan, atau membahas suatu topik yang sedang berkembang  
 H-10 : 10 hari sebelum tanggal pelaksanaan  
 H-3 : 3 hari sebelum tanggal pelaksanaan  
 H-2 : 2 hari sebelum tanggal pelaksanaan

### **PERFORMA INDIKATOR:**

Nilai kepuasan public training dan seminar > standard performance perusahaan  
 Minimum peserta public training > standard target jumlah peserta  
 Minimum peserta seminar > standard target jumlah peserta

DISPOSISI	NAMA	JABATAN	PARAF
DISIAPKAN OLEH	HASIHOLAN	MR	
DIPERIKSA OLEH	ASRI SINTA L.	MANAGER MARKETING	
DISAHKAN OLEH	IMANUEL IMAN	DIREKTUR	

<b>SENTRAL TEHNOLOGI MANAGEMENT</b>  <b>PROSEDUR PELATIHAN PUBLIK DAN SEMINAR</b>	No Dokumen		STM / PP02 / 05		
	Mulai Berlaku		05 Mei 2014		
	Revisi		03		
	Tanggal Revisi		05 Februari 2021		
	Halaman		2	dari	3
PROSEDUR	NO	TANGGUNG JAWAB	DESKRIPSI		DOK TERKAIT
<pre> graph TD     MULAI([MULAI]) --&gt; 1[1. Identifikasi kebutuhan training]     1 --&gt; 2[2. Penyusunan draft Program Publik training / Seminar dan webinar / Virtual Training]     2 --&gt; 3{3. Persetujuan oleh Direktur}     3 -- ya --&gt; 4[4. Menyusun Program detail training]     3 -- tdk --&gt; 2     4 --&gt; 5{5. Kerja sama dengan lembaga Outsorce}     5 -- ya --&gt; 6[6. Menghubungi/ Mencari outsorce]     5 -- tdk --&gt; 9[9. Finalisasi schedule publik training, seminar dan Virtual Training]     6 --&gt; 7{7. Outsorce ok}     7 -- ya --&gt; 9     7 -- tdk --&gt; 8[8. Revisi program]     8 --&gt; 9     9 --&gt; 10[10. Publikasi Jadwal]     10 --&gt; 11{11. Apakah ada perubahan?}     11 -- ya --&gt; 12[12. Revisi schedule public training, seminar, webinar dan virtual training]     12 --&gt; 10     11 -- tdk --&gt; 13[13. Penentuan Lokasi Training dan Publikasi sebelum pelaksanaan]     13 --&gt; 14[14. Follow up]     14 --&gt; 15{15. Konfirmasi pendaftaran}     15 -- ya --&gt; A((A))     15 -- tdk --&gt; 14 </pre>	1	Marketing	Marketing bekerja sama dengan sales, koordinator dept terkait dan koordinator konsultan menyusun identifikasi kebutuhan training dan seminar		-Draft rencana publik training seminar, webinar dan virtual training
	2	Marketing	Menyusun draft program publik training dan seminar,		-Draft rencana publik training seminar, webinar dan virtual training
	3	Direktur	Direktur menyetujui draft rencana publik training dan seminar. Jika ada item yang tidak disetujui atau ada tambahan program, maka draft program publik training dan seminar diperbaiki		- Draft rencana publik training seminar, webinar dan virtual training
	4	Marketing	Marketing menyusun detail program publik training dan seminar, webinar dan virtual training termasuk diantaranya: - Budget training - schedule publik training dan webinar - Penunjukkan pengajar dan lembaga lain yang terkait - Silabus publik training dan seminar		- Budget training - Schedule Publik training dan seminar 1 tahun - SPK - PIC konsultan dan lembaga terkait - Silabus publik training dan seminar
	5-6	Marketing	Jika pelaksanaan seminar melibatkan lembaga lain, maka marketing menghubungi lembaga yang terkait, untuk dimintakan kesediaannya		- Surat undangan keikutsertaan dalam program publik training, seminar, webinar dan virtual training
	7-8	Marketing	Jika lembaga terkait (outsorce) tidak bersedia, maka program direvisi. Jika outsource bersedia, maka program bisa diteruskan		- surat undangan keikutsertaan dalam program publik training, webinar dan virtual training
	9	Marketing	Melakukan finalisasi program publik training, seminar, webinar dan virtual training untuk 1 tahun kedepan, paling lambat pada bulan Desember.		- Schedule Publik training, seminar, webinar dan virtual training
	10	Marketing	<b>-&gt; Melakukan publikasi awal mengenai schedule publik training dan seminar. Publikasi dilakukan diawal tahun dan pertengahan tahun, per 6 bulanan</b> dan reminder 1 bulan sebelum training di selenggarakan melalui website, facebook, IG, LinkedIn, fanpage,milist STM dan email Bcc		- Master frame public training, seminar, webinar dan virtual training
	11-12	Marketing	Jika terdapat perubahan jadwal maka marketing merevisi jadwal public training dan seminar kemudian menginformasikan kembali melalui website, facebook, IG, LinkedIn fanpage,milist STM, dan email Bcc		Revisi master frame publik training/ seminar/webinar/ Virtual training
	13	Marketing	Menentukan provider untuk lokasi training berdasarkan Standar minimal Hotel bintang III dan diinput ke dalam list place provider training. Melakukan publikasi akhir sebelum pelaksanaan program. publikasi akhir bisa dilakukan melalui website, facebook, IG, LinkedIn, fanpage, milist STM, dan email Bcc		- Brosur/Master Frame - Seleksi Tempat Provider Training - List Provider
	14	Marketing	Melakukan follow up hasil email/ fax, atau follow up terhadap potential peserta yang menanyakan program		
	15	Marketing (H-10)	Melakukan konfirmasi kepastian keikutsertaan peserta pada H-10		- Surat konfirmasi

<b>SENTRAL TEKNOLOGI MANAGEMENT</b>  <b>PROSEDUR PELATIHAN PUBLIK DAN SEMINAR</b>	No Dokumen		STM / PP02 / 05	
	Mulai Berlaku		05 Mei 2014	
	Revisi		03	
	Tanggal Revisi		05 Februari 2021	
PROSEDUR	Halaman		3	dari 3
	NO	TANGGUNG JAWAB	DESKRIPSI	DOK TERKAIT
<pre> graph TD     A((A)) --&gt; D1{Jumlah peserta &gt; 6}     D1 -- Ya --&gt; B[Persiapan akhir pelaksanaan PT / Seminar, webinar dan Virtual training]     B --&gt; C[Pelaksanaan]     C --&gt; D[Evaluasi hasil PT, Seminar, webinar dan virtual training]     D --&gt; E{Hasil &gt; 7.65 rata-rata}     E -- Ya --&gt; F[Issue CPAR untuk tindakan perbaikan]     F --&gt; G((SELESAI))     E -- Tdk --&gt; H[evaluasi program publik training, seminar, webinar dan virtual training]     D1 -- Tdk --&gt; I[In form Direktur]     I --&gt; J{Ingin dipostpone}     J -- Ya --&gt; K[Surat pemberitahuan postpone]     K --&gt; L[Meeting koordinasi untuk penambahan jumlah peserta]     J -- Tdk --&gt; L     L --&gt; M[Undang potential client dengan biaya minimum/ gratis]     M --&gt; N[Undang potential client dengan biaya minimum/ gratis]     </pre>	16 - 17	Marketing (H-10)	Jika jumlah peserta publik training jumlah peserta < 6, atau jumlah peserta seminar < 25, maka marketing melaporkan kondisi tersebut kepada Direktur	Laporan update jumlah peserta training, seminar, webinar dan virtual training
	18	Direktur (H-10)	Bersama dengan bagian terkait, konsultan, sales dan marketing memutuskan apakah program akan ditunda atau tidak	
	19	Marketing (H-10)	Jika program diputuskan untuk dipostpone maka marketing menyiapkan surat penundaan program dan mengirimkan surat tersebut kepada peserta yang sudah mendaftar, dan melakukan pengembalian uang jika peserta meminta pengembalian.	-Surat penundaan program publik training/ seminar - Form pengembalian uang public training/seminar/webinar/Virtual training
	20	Marketing (H-10)	Konsultan sales dan marketing, melakukan meeting koordinasi untuk mengidentifikasi potential client yang bisa diundang untuk ikut serta.	
	21	Marketing (H-9 s/d H-3)	Melakukan follow up/ mengundang potential client dengan kompensasi biaya minimum atau gratis (untuk client potential)	Surat undangan keikutsertaan publik training/ seminar/webinar/ Virtual training
	22	Marketing (H-2)	Melakukan persiapan akhir pelaksanaan program publik training dan seminar. - copy materi - peralatan training	- Cek list persiapan training program, H-2, Hari H
	23	Marketing	- Melaksanakan publik training dan seminar dan meminta peserta untuk mengisi form evaluasi training.	- Daftar hadir - Evaluasi kepuasan training (google form)
	24	Marketing	Melakukan evaluasi hasil training sesuai hasil feedback training dari peserta	- Evaluasi kepuasan training (Google form)
	25-26	Marketing	Jika nilai hasil evaluasi training dibawah 7.7 maka Marketing mengeluarkan CPAR, dan diberikan kepada dokumen kontrol, untuk selanjutnya mengikuti prosedur tindakan perbaikan	CPAR
	27	Marketing	Melakukan evaluasi pelaksanaan program publik training dan seminar secara keseluruhan, minimal setiap 6 bulan sekali, termasuk evaluasi dan re-evaluasi terhadap penyedia tempat pelatihan	- Laporan program publik training dan seminar