

ABSTRAK

Laporan akhir ini membahas strategi frontliner Bank BTN Syariah sebagai branding citra perusahaan Bank BTN Syariah cabang Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 4 strategi manajemen layanan yang dilakukan oleh front liner bank BTN Syariah. Strategi pertama adalah melakukan aktivitas *Role Play* di mana *front liner* bank BTN syariah mempraktikkan keterampilan kerja mereka untuk digunakan sebagai dasar dalam melayani pelanggan. Strategi selanjutnya adalah melakukan aktivitas *Real Play* untuk memastikan kinerja *front liner* saat melayani pelanggan. Strategi ketiga adalah promosi program dan sesi *Coaching* untuk menginformasikan prosedur baru dan menyelesaikan masalah *Front Liner*. Strategi terakhir adalah menangani pengaduan; keluhan yang ditangani dengan benar oleh front liner akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengamati secara langsung melalui Kerja Lapangan selama dua bulan dari 4 Februari 2019, hingga 5 April 2019, di Bank BTN Syariah cabang Yogyakarta dan ditugaskan untuk berurusan dengan front liner Bank BTN Syariah. Metode selanjutnya adalah mewawancarai para pihak terkait dengan judul laporan akhir ini. Metode ketiga dilakukan dengan mengambil data melalui berbagai sumber termasuk buku, buku elektronik, dan jurnal elektronik. Bank BTN Syariah adalah bank yang fokus bergerak di bidang kredit perumahan rakyat yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan bisnisnya. Bank BTN Syariah cabang Yogyakarta adalah penyedia KPR terkemuka di Yogyakarta. Strategi layanan *front liner* ini sedang berlangsung dan Bank BTN Syariah telah menerapkan strateginya.

Kata kunci: Strategi Layanan, Image Branding, Bank BTN Sharia branch Yogyakarta.

ABSTRACT

This final report discusses the profile of Bank BTN Sharia branch Yogyakarta and the front liner service strategies as corporate image branding of Bank BTN Sharia branch Yogyakarta. The method of data collection is carried out by observing directly through fieldwork for two months from February 4, 2019, to April 5, 2019, at Bank BTN Sharia branch Yogyakarta and assigned to deal with Bank BTN Sharia's front office. The next method is to interview the parties related to the title of this final report. The third method is carried out by taking data through various sources, including books, electronic books, and electronic journals. Bank BTN Sharia is a state-owned bank that focused on moving in the field of public housing loans that use sharia principles in conducting their business. Bank BTN Sharia branch Yogyakarta is the leading of housing loan provider in Yogyakarta. Bank BTN Sharia has several strategies applied by front liner staff as the corporate image branding. The first strategy is to do a role play activity where bank BTN sharia's front liner practice their co-operation skills to be used as a basis in serving customers. The next strategy is doing a real play activity to ensure the front liner's performance when serving the customers. The third strategy is a promotion program and coaching session to inform the new procedure and solving the front liner's problems. The last strategy is handling complaints; the complaints that are appropriately handled by the front liner will improve customer satisfaction. This front liner service strategies is ongoing, and Bank BTN Sharia has implemented its strategy.

Keywords: Service Strategies, Image Branding, Bank BTN Sharia branch Yogyakarta