

ABSTRAK

Nasovin, B06207079, 2012. *Marketing Communication* PT. Bank Mega Syariah Cabang Darmo Surabaya Dalam Upaya Meraih Perusahaan Sebagai *Market Leader* Dikalangan Bank Syari'ah. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Iain Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci : *Marketing Communication, Market Leader*

Dalam skripsi ini yang ingin peneliti ingin ketahui adalah proses *marketing communication* dalam meraih *market leader*.

Untuk menjawab persoalan diatas secara menyeluruh dan mendalam peneliti menggunakan pendekatan subjektif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data ini di dapat dari PT. Bank Mega Syariah Cabang Surabaya serta referensi yang terkait dengan penelitian dari berbagai buku maupun situs internet.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa proses *marketing communication* yang dilakukan oleh PT Mega Syariah dalam meraih perusahaan sebagai *market leader* dikalangan perbankan yang berbasis syariah yaitu dengan empat pokok dasar yang disesuaikan dengan teori manajemen komunikasi milik Tommy Suprpto model proses komunikasi *Input Output*.

Pertama, PT Mega Syariah mencari data yang dibutuhkan, terutama dengan data yang berhubungan dengan pesaing. Kedua, PT Mega Syariah mengatur strategi yang didalamnya terdapat beberapa unsur strategi, diantaranya manager menyiapkan SDM yang mumpuni, budget yang dibutuhkan, pasar yang dituju. Yang ketiga adalah *output* berupa brosur, iklan audio visual, *markaeating kit* (item pendukung *marketing*). Yang ketiga adalah dengan menggunakan media iklan audio visual, visual, *direct selling*, dan promosi penjualan. Yang keempat adalah eksekusi sasaran pasar yang telah ditetapkan, Dalam eksekusi pasar, PT Mega Syariah menggunakan dua cara, yaitu *Push Strategy* dan *Pull Strategy*. Dalam hal ini Bank Mega syariah langsung mendatangi biro jamaah haji dan umroh, mengajak kerjasama perusahaan dalam system penggajian, kerjasama dengan *tour and travel*. Selain itu juga mengikuti undangan pameran yang diadakan instansi tertentu diberbagai event yang berhubungan dengan perputaran uang, seperti pembiayaan rumah, mobil, haji dan umroh.

Bertitik tolak dari penelitan ini, penulis memberikan saran untuk penelitian berikutnya. Diantaranya meneliti tentang keterlibatan perbanka syariah di ranah pendidikan, terutama pada pendidikan tingkat SD, SMP dan SMA atau sederajat