BAB IV

ANALISIS PROMOSI *OPENTABLE* DALAM PENINGKATAN PENGHIMPUNAN DANA DI BNI SYARIAH DHARWANGSA SURABAYA

A. Analisis Pelaksanaan Promosi *Opentable* di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya

Dalam dunia persaingan setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dilakukan melalui kegiatan promosi.[1] Banyaknya persaingan dalam dunia perbankan, menuntut BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya untuk lebih inovatif lagi memasarkan produk-produk yang dapat membantu masyarakat.

Setiap perusahaan berusaha untuk dapat mencapai tingkat penjualan yang optimal sesuai yang diharapkan setelah melakukan kegiatan-kegiatan berbagai jenis promosi. Pada kenyataannya media promosi yang berbeda dapat mempengaruhi kesuksesan atas penjualan suatu produk. Perusahaan mengharapkan kegiatan promosi yang dilakukan adalah untuk meningkatkan

[1] Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 264.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tujuan perusahaan dan secara umum tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi para produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik, misalnya setelah konsumen membaca iklan, ia dapat mengetahui kebutuhannya dengan melihat iklan, sedangkan keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindari persaingan harga karena konsumen membeli barang karena kebutuhannya. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat menstabilkan produksi keuntungan, selanjutnya ialah perusahaan akan memperoleh modal dengan mudah. Salah satu strategi promosi yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dalam memasarkan produk-produknya adalah menggunakan promosi *opentable*:[2]

Promosi pameran (*opentable*) merupakan suatu kegiatan untuk menampilkan produk sehingga pembeli dapat melihatnya dan memutuskan untuk membelinya. Kegiatan itu dapat dilakukan dengan pemasaran tatap muka di tempat seperti pameran dagang, pameran konsumen, kegiatan istimewa, *road show,* pameran pribadi, kegiatan ramah tamah, peluncuran produk.[3] Kegiatan ini merupakan kegiatan rutinitas yang dilakukan oleh BNI Syariah sebagai bentuk pemasaran yang dapat meningkatkan penghimpunan dana. BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya melakukan kegitan *opentable* dilaksanakan sejak awal berdirinya BNI Syariah Dharmawangsa, yaitu pada

[2] Anis, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 15 November 2014.
[3] Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2011. Pelaksanaan kegiatan *opentable* ini meliputi kegiatan membuka meja atau stand yang biasa dilakukan di lembaga pemerintahan maupun swasta.[4]

Kegitan *opentable* yang dilakukan di lembaga pemerintahan seperti di sekolah dan BUMN (Badan Umum Milik Negara). Jika di sekolah dilakukan di waktu hari kerja dan pada waktu istirahat sekolah. Sedangkan di lembaga pemerintahan dilakukan pada Jumat, saat para pegawai tidak sibuk. Jika di perusahaan swasta seperti dilakukan di *mall-mall* akan dilakukan pada hari Sabtu karena akan lebih banyak pengunjung daripada hari kerja. Jika ada kegiatan *opentable* yang dilakukan di luar itu, maka hal tersebut merupakan kegiatan pendukung untuk menyukseskan kegiatan *opentable* tersebut.

Penerapan strategi promosi *opentable* di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya menjadi aspek penting dan sangat berperan untuk meningkatkan penghimpunan dana agar lebih optimal. Hal ini sesuai dengan manfaat *opentable* sendiri yaitu melalui pameran dapat diceritakan pula secara lugas proses manufaktur, skala, operasioanal perusahaan, atau kampanye periklanan yang hendak dilancarkan dalam waktu dekat. Hal ini merupakan bukti bahwa *opentable* atau pameran akan mempunyai peran dan dampak luas bagi pengunjung maupun peserta pameran.

Secara umum, strategi promosi *opentable* yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga akan bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan

[4] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 24 November 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedangkan di era zaman modern tersebut semua masyarakat sangat membutuhkan bank sebagai media penyimpanan uang masyarakat, baik berupa tabungan maupun deposito. Hal tersebut akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk kebutuhannya dan ini akan berdampak positif pada kegiatan *opentable* BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Didin mengatakan bahwa: "Dengan adanya kebutuhan masyarakat yang sangat membutuhkan jasa keungan khususnya yang berbasis syariah, maka kegiatan *opentable* dapat meningkatkan pendapatan penghimpunan dana karena setiap kita melakukan *opentable* selalu menghasilkan yang memuaskan".[5]

Kegiatan *opentable* akan dilakukan secara rutin guna memberikan dampak positif pada penghimpunan dana. Semakin meningkat penghimpunan dana yang di dapat, akan semakin meningkat pula perkembangan pendanaan di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Hasil dari penghimpunan dana akan disalurkan kepada para masyarakat yang melakukan pembiayaan atau yang membutuhkan pembiayaan di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.

Berikut ini kegiatan *opentable* yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya di beberapa instansi di Surabaya, antara lain:

1. Di lembaga pemerintah

   Kegiatan *opentable* yang dilakukan di lembaga pemerintahan seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Pemberdayaan Perempuan Keluarga Berencana (BPPKB), dan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) dilakukan di setiap hari Jumat tepatnya

[5] Didin, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 24 November 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jam 08.00 sampai selesai. Kegiatan ini akan sangat didukung oleh para pegawai di perusahaan tersebut karena mempermudah para pegawai untuk memahami BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dan juga dengan mudah para pegawai untuk pembukaan rekening karena tidak perlu datang ke kantor BNI Syariah Dharmawangsa

Selain itu, kegiatan *opentable* juga memberikan kemudahan kepada devisi *funding* BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya untuk menawarkan produk-produknya. Menurut Vita devisi *funding*:

> "Kegiatan *opentable* ini tidak hanya mendapatkan nasabah pada hari H atau pada hari saat melakukan *opentable,* namun juga akan bisa menambah nasabah di hari berikutnya karena banyak juga pegawai di perusahaan tersebut mengajak saudara atau rekan-rekannya membuka rekening baru di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Hal tersebut akan terus menambah nasabah karena telah terlaksananya kegiatan *opentable"*.[6]

Sesuai dengan metode *personal selling* yaitu *opentable* mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli dan penjual biasanya dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggannya.[7]

Cara ini sangat efektif karena bisa secara langsung menawarkan produk-produk kepada pegawai pada waktu yang tepat yaitu saat para pegawai mempunyai waktu luang untuk menerima tawaran dari bank.

---

[6] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 24 November 2014.
[7] Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Prespektif Global* (Jakarta: Erlangga, 1999), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal ini, para pegawai juga sangat merespon dengan adanya kegiatan *opentable* tersebut karena mereka tidak perlu datang ke bank jika ingin membuka tabungan baru dan bagi para pegawai yang belum memahami tentang BNI Syariah dan produk-produknya maka mereka bisa bertanya langsung kepada pihak bank.[8]

Hal ini sesuai dengan pemaparan dari beberapa pegawai yang di dapat di sebuah instansi yakni Diah Rizky dan Budi Hartanto mengatakan bahwa: "Kegiatan *opentable* yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya di tempat saya bekerja sangat bagus karena saya tidak perlu datang ke bank bisa langsung lewat kantor kerja saya dan ini juga sangat menarik karena ada hadiah langsung untuk setiap pembukaan rekening baru".[9]

2. Di sekolah-sekolah

Kegiatan *opentable* juga dilakukan di sekolah-sekolah. Misalnya dilakukan di sekolah SMKN 10 Surabaya dan SMKN 3 Surabaya. Kegitan ini dilakukan pada hari sekolah tepatnya pada jam istirahat atau pada jam pelajaran. Devisi *funding* akan mengambil waktu untuk menjelaskan tentang BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dan juga produk-produknya. Kegitan di sekolah sangat didukung oleh pihak sekolah dan orang tua siswa karena para siswa dituntut untuk mempunyai tabungan guna keperluan yang akan datang. Menurut Vita hal yang sama dirasakan bahwa "Kegiatan *opentable* yang dilakukan di sekolah tidak

[8] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 27 November 2014.
[9] Diah Rizky dan Budi Hartanto, *Pegawai*, *Wawancara*, Surabaya, 12 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hanya mendapatkan nasabah di hari pelaksanaan *opentable* namun juga ada nasabah di sekolah tersebut di hari setelah pelaksanaan *opentable* karena banyak siswa yang mengajak rekan atau saudara untuk membuka rekening baru di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya".[10]

Tidak hanya para guru, siswa di sekolah juga sangat antusias dengan adanya kegiatan *opentable* yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Hal ini sesuai dengan pemaparan Amanatul Ummah siswi kelas 2 SMA sebagai berikut: "Saya suka menabung tapi kadang saya bingung mau mencari bank yang cocok buat saya dan saya juga tidak sempat untuk datang ke bank dan ternyata di sekolah ada kegiatan *opentable* dari BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya, saya sangat antusias untuk gabung menjadi nasabahnya karena tidak perlu datang ke bank langsung dari sekolah".[11]

3. Di *mall-mall*

Kegiatan *opentable* yang dilakukan di perusahaan swasta seperti di *mall*. Kegiatan ini juga membawa devisi *lending* atau pembiayaan di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya karena untuk menyediakan berbagai kebutuhan baik tabungan maupun pembiayaan. Kegiatan ini sangat menghasilkan dampak positif karena banyak juga pengunjung *mall* yang ingin membuka rekening baru maupun pembiayaan. Semisal calon nasabah tidak ingin membuka rekening baru maka devisi *funding* akan

[10] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 24 November 2014.
[11] Amanatul Ummah, *Siswi*, *Wawancara*, Surabaya 10 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menawarkan pembiayaan kepada calon nasabah yang sesuai persyaratan yang telah ditentukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.[12]

Kegiatan *opentable* di *mall* juga mendapat perhatian khusus oleh seorang pengunjung *mall* di Surabaya yakni Novia Pramurti mengatakan bahwa: "Kegiatan *opentable* sangat menarik bagi saya karena ada hadiah langsung untuk setiap pembukaan rekening dan saya bisa mendapat harga promo yang menarik dari BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya".[13]

4. Acara religi

Kegiatan *opentable* yang dilakukan pada acara religi akan mempermudah devisi *funding* menawarkan produknya karena kebanyakan pengunjung pada acara religi memiliki pengetahuan mengenai bank Syariah, sehingga akan mempermudahkan proses penawaran kepada calon nasabah. Pada intinya *opentable* bertujuan untuk memudahkan para calon nasabah untuk memahami tentang bank syariah dan juga menawarkan produk-produk yang ada di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.

Kegiatan *opentable* sangat di dukung oleh pengunjung di salah satu acara ramadhan yakni Zakiyatul Himmah mengatakan bahwa:

> "Saya sangat tertarik dengan bank syariah, kebetulan di acara ramadhan ada kegiatan *opentable* yang dilakukan oleh BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya, saya sangat tertarik untuk menjadi nasabah karena saya bisa langsung bertransaksi membuka rekening baru dengan mudah tidak perlu datang ke bank, saya langsung mendaftar di tempat kegiatan *opentable* yang dilakukan di suatu *event* ramadhan yang saya kunjungi".[14]

---

[12] Anis, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya ,15 November 2014.
[13] Novia Pramurti, *Pengunjung Mall*, *Wawancara*, Surabaya, 26 Juli 2015.
[14] Zakiyatul Himmah, *Pengunjung*, *Wawancara*, Surabaya, 28 Juli 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Implikasi Promosi *Opentable* dalam Peningkatan Penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya

Setiap perusahaan pasti mengharapkan hasil yang memuaskan dalam setiap kegiatan pemasarannya. Dengan strategi promosi akan mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori Fandy Tjiptono. Ia menyatakan bahwa Promosi merupakan salah satu faktor penting penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.[15] Penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya menggunakan strategi promosi *opentable* dalam menghimpunan dananya, terlihat bahwa kegiatan *opentable* merupakan kegiatan rutin yang harus dilakukan setiap minggunya.

Kegiatan *opentable* yang dilakukan secara rutinitas oleh devisi *funding* akan berdampak positif dalam penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di instansi pemerintah maupun sekolah dan acara yang mendukung untuk penghimpunan dana. Kegiatan *opentable* dianggap berhasil karena dapat meningkatkan pendapatan penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Hal ini terlihat pada setiap hari terdapat calon nasabah baru yang menjadi nasabah karena hasil melakukan *opentable*. Hal tersebut merupakan pengaruh terlaksana *opentable* pada setiap kegiatan pemasaran.[16]

---

[15] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andy Offset, 2008), 219.
[16] Anis, *Funding*, *Wawancara*, Suarabaya, 13 November 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mencapai sasaran ada beberapa implikasi pada strategi promosi *opentable* dalam peningkatan penghimpunan dana, antara lain:[17]

1. Peningkatan jumlah nasabah. Kegiatan *opentable* sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Menurut Vita devisi *funding* menyatakan bahwa kegiatan *openble* lebih berpengaruh peningkatan penghimpunan dana daripada bentuk pemasaran lainnya. Karena *opentable* memiliki pangsa pasar yang luas dan bersifat jangka panjang. Dimana nasabah satu akan saling mengajak calon nasabah lain pada waktu tertentu karena sudah mengenal nama BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.

   Cara ini sangat efektif karena bisa secara langsung menawarkan produk-produk kepada pegawai pada waktu yang tepat yaitu saat para pegawai mempunyai waktu luang untuk menerima tawaran dari bank. Dalam hal ini, para pegawai juga sangat merespon dengan adanya kegiatan *opentable* tersebut karena mereka tidak perlu datang ke bank jika ingin membuka tabungan baru dan bagi para pegawai yang belum memahami tentang BNI Syariah dan produk-produknya maka mereka bisa bertanya langsung kepada pihak bank.[18]

2. Peningkatan jumlah dana. Dengan adanya peningkatan jumlah nasabah, secara otomatis akan berdampak pada peningkatan jumlah dana nasabah di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Setiap nasabah akan memberikan dananya kepada bank. Karena nasabah mempercayakan

[17] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 26 November 2014.
[18] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 27 November 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dananya kepada bank tidak hanya bersifat jangka pendek, namun juga berjangka panjang.

3. Peningkatan pembiayaan. Dengan adanya *opentable* akan meningkatkan penghimpunan dana. Peningkatan penghimpunan dana tersebut akan berdampak pula kepada pembiayaan di bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Semakin peningkat penghimpunan dana maka semakin meningkat pula pembiayaan di bank tersebut. Karena dana yang dihimpun akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan melalui pembiayaan.
4. Kegiatan *opentable* akan meningkatkan *image* atau citra BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Dengan membuka meja dan menampilkan mengenai BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya sekaligus menyampaikan produk-produknya, masyarakat akan lebih mengenal. Hal ini sesuai dengan manfaat promosi *opentable* yakni mampu menjaga *image* produk atau jasa. Dengan *image* yang tertanam dan terus ditanamkan dalam benak masyarakat, produk atau jasa tersebut tidak mudah dilupakan.[19]
5. Kegiatan *opentable* akan mudah menawarkan produk-produknya kepada masyarakat karena kegiatan ini secara langsung mendekat kepada masyarakat atau calon nasabah. Dengan demikian devisi *funding* akan mudah manawarkan produk-produknya kepada masyarakat sekitar.

[19] Novia Argarini, "Strategi Promosi PT. Tigawarna pada Event Semarang Expo"(Skripsi--Universitas Indonesia, Depok, 2008), 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Memiliki target pasar yang luas. Karena sebelum memilih tempat untuk *opentable* maka BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya akan menilai lokasi dan kondisi masyarakatnya.
7. Mempermudah masyarakat untuk mengenal BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Karena masyarakat akan melihat secara langsung di lingkungannya tanpa harus datang ke BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dan juga mempermudah untuk pembukaan rekening baru bagi calon nasabah.

Berikut beberapa data mengenai peningkatan penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya:

Tabel 4.1:
Data Jumlah Nasabah Penghimpunan Dana[20]

NO	Tahun	Jumlah Nasabah (Penghimpunan Dana)
1	2011	5.658 rekening
2	2012	9.788 rekening
3	2013	12.250 rekening
4	2014	15.820 rekening
	Jumlah	**43.516 rekening**

Tabel 4.1 menjelaskan mengenai jumlah nasabah penghimpunan dana di BNI Syariah mulai tahun 2011 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan hingga mencapai jumlah 43.516 rekening. Hal ini yang paling berperan dalam penghimpunan dana adalah bentuk promosi pemasaran khususnya adalah promosi *opentable.* Promosi *opentable* sangat berpengaruh dalam peningkatan penghimpunan dana karena

[20] Vita, *Funding*, *Wawancara*, Surabaya, 21 November 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

promosi tersebut dinyatakan efektif dalam memasarkan produk-produk penghimpunan dana dan juga mengingat persaingan yang sangat ketat di dunia perbankan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan penghimpunan dana yang dilakukan melalui kegiatan promosi *opentable* yang dilakukan mulai tahun 2011-2014 sebagai berikut:

Tabel 4.2:

Data Jumlah Nasabah *Opentable* per Tahun 2011-2014[21]

No	**Tahun**	**∑ *Opentable***	**∑ Nasabah**
1	Juni-Desember 2011	28	4.950 rekening
2	Januari-Desember 2012	48	7.225 rekening
3	Januari-Desember 2013	48	9.326 rekening
4	Januari-Desember 2014	48	12.572 rekening
	Jumlah	**172**	**34.073 rekening**

Tabel 4.2 menjelaskan mengenai kegiatan *opentable* yang dilakukan sebanyak 48 kali dalam satu tahun kecuali tahun 2011 sebanyak 28 kali. Karena untuk tahun 2011 dimulai pada bulan juni dan dalam satu bulan dilakukan empat kali kegiatan *opentable*. Untuk tahun 2012 sampai 2014 kegiatan *opentable* dilakukan mulai bulan Januari sampai bulan Desember. Dalam satu bulan melakukan empat kali kegiatan *opentable sehingga* di dapat 48 kali dalam satu tahun.

Tabel diatas juga menjelaskan mulai tahun 2011 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya sehingga jumlah yang diperoleh keseluruhan dalam melakukan kegiatan promosi

[21] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

opentable sebanyak 34.073 rekening. Jumlah ini merupakan hasil yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan penghimpunan dana karena dari jumlah keseluruhan nasabah yang berasal dari kegiatan *opentable* mendekati dari jumlah keseluruhan nasabah dari berbagai bentuk promosi lainnya yaitu sebanyak 43.516 rekening. Dengan demikian promosi *opentable* sangat berpengaruh terhadap peningkatan penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Hal tersebut terbukti dari kegiatan *opentable* dalam menghimpun dana nasabah di beberapa instansi sebagai berikut:

Tabel 4.3:

Data Jumlah peningkatan ∑ *Opentable* per instansi[22]

No	Tahun	∑ Nasabah	Pemerintah	Sekolah	*Mall*	*Event*
1	2011	4.950	1.935 (39 %)	1.554 (31 %)	725 (15 %)	736 (15 %)
2	2012	7.225	2.553 (35 %)	1.876 (26 %)	1.259 (18 %)	1.537 (21 %)
3	2013	9.326	3.115 (33 %)	2.304 (25 %)	1.283 (14 %)	2.624 (28 %)
4	2014	12.572	5.320 (42 %)	3.610 (29 %)	1.836 (15 %)	1.806 (14 %)
	∑	**34.073**	**12.923 (38 %)**	**9.344 (27 %)**	**5.103 (15 %)**	**6.703 (20 %)**

Tabel 4.3 menjelaskan bahwa jumlah nasabah yang didapat melalui promosi *opentable* serta menjelaskan pendapatan nasabah setiap instansi mulai dari instansi pemerintah, sekolah, *mall*, dan *event*. Masing-masing instansi memiliki pengaruh dalam peningkatan penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Namun jika dilihat dari tabel di atas, instansi yang paling banyak mendapat nasabah mulai tahun 2011 sampai tahun 2014 yakni di intansi lembaga pemerintah yaitu sebesar 12.923 (38%) rekening, yang kedua terbesar adalah di sekolah, yakni berjumlah 9.344

[22] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(27%), yang ketiga, dilakukan pada *event* yakni berjumlah 6.703 (20%), dan yang terakhir dilakukan di *mall* yakni berjumlah 5.103 (15%). Promosi *opentable* sangat berpengaruh dalam peningkatan penghimpunan dana, hal ini juga terbukti dengan membandingkan promosi *opentable* dengan promosi lain yang dilakukan BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya sebagai berikut:

Tabel 4.4:

Data Perbandingan Promosi *Opentable* dan Promosi lain[23]

No	Tahun	∑ Nasabah	∑ Promosi *Opentable*	∑ Promosi lain
1	2011	5.658 rekening	4.950 rekening (87 %)	708 rekening (13 %)
2	2012	9.788 rekening	7.225 rekening (74 %)	2.563 rekening (26 %)
3	2013	12.250 rekening	9.326 rekening (76 %)	2.924 rekening (24 %)
4	2014	15.820 rekening	12.572 rekening (79 %)	3.248 rekening (21 %)
	∑	**43.516 rekening**	**34. 073 rekening (78 %)**	**9.443 rekening (22 %)**

Tabel 4.4 menjelaskan mengenai perbandingan antara jumlah promosi *opentable* dengan jumlah promosi lain dengan jumlah nasabah keseluruhan penghimpunan dana mulai tahun 2011 sampai 2014 BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Jumlah keselurahan penghimpunan dana sebesar 43.516 rekening dengan ketentuan jumlah nasabah yang didapat melalui promosi *opentable* sebesar 34. 073 (78%) rekening dan dengan promosi lain sebesar 9.443 (22%) rekening. Kegiatan *opentable* yang dilakukan di berbagai instansi di antaranya di lembaga pemerintah, sekolah, mall, dan event sedangkan promosi lain yakni promosi dalam bentuk door to door, iklan, gathering, dll. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa *opentable* mempunyai

[23] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengaruh yang sangat besar dalam peningkatan penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.

Keberhasilan promosi *opentable* berimplikasi pada peningkatan jumlah nasabah penghimpunan dana di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Sesuai dengan teori peningkatan penghimpunan dana yaitu penghimpunan dana di suatu bank dikatakan meningkat apabila telah mencapai tujuan dan manfaat dari penghimpunan dana tersebut. Peningkatan adalah proses, pembuatan cara meningkat (usaha, kegiatan dan sebagainya).[24] Peningkatan penghimpunan dana akan terlihat secara jelas pada pendapatan jumlah dana nasabah yang semakin bertambah. Jadi penghimpunan dana dikatakan meningkat apabila bank berhasil menghimpun dana masyarakat yang terus mengalami peningkatan dan pendapatannya lebih besar daripada pendapatan yang sebelumnya.[25]

[24] Y.S Parjo, *Kamus Populer* (Surabaya: Beringin Jaya, 1997), 24.
[25] Ibid., 51.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id