

Analisis Pengaruh Aset Modal dan Teknologi Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah

Weni Widyawati¹, Riduwan^{1*}

¹Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia.

*Email: riduwan@pbs.uad.ac.id

Abstrak

Dua faktor penting yang dapat meningkatkan minat menabung masyarakat di bank Syariah yaitu faktor pertumbuhan aset modal dan faktor teknologi. Teknologi berperan sangat penting dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya kemajuan teknologi khususnya di dunia perbankan maka dapat membuka peluang sosial media marketing yang merupakan salah satu cara pemasaran online yang sedang berkembang untuk saat ini. Peluangnya bertambah dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan *gadget* di Indonesia. Tentunya ini akan menjadi warna pada ranah perbankan khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat aset, modal, dan teknologi terhadap minat menabung masyarakat terhadap bank syariah di Yogyakarta. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif dengan data sekunder dan primer. Pengolahan data dihasilkan dari SPSS dengan dilakukan uji tingkat validitas, reliabilitas, uji F, uji T, uji regresi linier berganda dan koefisiensi determinasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel Aset, Modal dan Teknologi secara parsial dan simultan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta pada Bank Syariah.

Kata kunci: Aset; Bank Syariah; Modal; Teknologi; Minat Menabung

Pendahuluan

Perbankan Syariah Indonesia Menjadi perbincangan hangat awal tahun 2021. Hal yang lama dinantikan masyarakat Indonesia menjadi kenyataan begitu pula para pengamat ekonomi di Indonesia. Tiga Bank Syariah milik Pemerintah, yaitu BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah akhirnya menjadi satu kesatuan dan berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (Romadhon, 2021).

Bank-Bank tersebut telah dipilih karena dianggap dapat memberikan pengaruh yang lebih besar dan mempermudah dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selama ini ketiga bank tersebut memiliki latar belakang yang baik, hal ini dapat dilihat dalam pertumbuhan nilai Aset masing-masing Bank (Atikah et al., 2021). Berikut kinerja masing-masing Bank anggota Merger pada tabel 1:

Tabel 1. Nilai Aset Masing-Masing Bank 2020

No	Bank	Kuarta I	Asset 2020
1	Mandiri Syariah	Q1	Rp 114.746.985,00
		Q2	Rp 114.401.530,00
		Q3	Rp 119.427.355,00
2	BNI Syariah	Q1	Rp 50.764.604,00
		Q2	Rp 52.391.698,00
		Q3	Rp 55.009.342,00
		Q4	Rp 51.128.001,00
3	BRI Syariah	Q1	Rp 42.229.396,00
		Q2	Rp 49.580.078,00
		Q3	Rp 56.096.769,00
		Q4	Rp 57.715.586,00

Sumber: Bank Syariah Indonesia, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri (2023)

Kabar penggabungan Bank Syariah Indonesia, merupakan kabar baik bagi masyarakat secara luas, hal ini tentu berita yang positif mengingat jumlah penduduk Muslim di Indonesia yang sangat besar yaitu 229.62 juta jiwa. Jumlah penduduk yang besar tentu menjadikan Bank Syariah Indonesia memiliki pangsa pasar yang sangat besar. Pangsa pasar (market share) Bank Syariah di tahun 2020 yaitu:

Tabel 2. Market Share Bank Syariah VS Bank Konvensional

Kuartal 2020	Market share Bank Syariah	Market share Bank Konvensional
Q1	5.99%	84.1%
Q2	6.18%	83.82%
Q3	6.24%	83.76%

Sumber: (Snapshot Perbankan Syariah Indonesia, 2020)

Dari data tabel 2 di atas dapat dilihat jika jumlah penduduk muslim yang begitu besar namun market share Bank Syariah masih jauh di bawah Bank Konvensional. Meskipun pertumbuhan market share positif selama tahun 2020. Kondisi ini tentu saja menjadi tantangan yang sangat besar bagi Bank Syariah Indonesia (Masruron & Aulia Adinda Safitri, 2021). Jumlah penduduk mayoritas muslim ini menjadikan modal utama dalam proses pengembangan bank syariah Indonesia karena tingkat religiusitas penduduk muslim bisa meningkatkan minat

menabung di perbankan syariah (Sari & M.K. Anwar, 2018). Namun, dalam penelitian kali ini akan fokus ke variabel modal dan teknologi.

Menurut M.Wareza (2020), dampak positif dan potensi pertumbuhan bank syariah setelah merger karena bank syariah yang merger akan memiliki nilai aset dan sumber daya yang banyak. Dengan keunggulan itu lah, entitas hasil merger bisa membuat market share akan lebih besar dari sebelum adanya merger. Berdasarkan hasil perhitungan semester I/2020, total aset bank syariah hasil merger mencapai Rp.214,6 triliun rupiah dan modal intinya Rp.20,4 triliun. Dengan nilai aset dan modal inti tersebut maka bank syariah hasil dari merger tiga bank akan masuk jajaran 10 besar bank terbesar di Indonesia dari sisi aset dan 10 besar dunia dari sisi kapitalisasi pasar (Wiyono & Kirana, 2021).

Bukan hanya pertumbuhan aset dan modal yang berpengaruh dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah tetapi teknologi juga sangat berpengaruh. Menurut (Handayani et al., 2018), teknologi berperan sangat penting dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya kemajuan teknologi khususnya di dunia perbankan maka dapat membuka peluang sosial media marketing yang merupakan salah satu cara pemasaran online yang sedang berkembang untuk saat ini. Peluangnya bertambah dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan *gadget* di Indonesia (Anggraeni, 2017). Tentunya ini akan menjadi warna pada ranah perbankan khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran. Tujuan Teknologi untuk mempermudah suatu transaksi dengan semua nasabahnya agar dapat meningkatkan kepercayaan seseorang untuk memakai jasa perbankan. Perkembangan teknologi adalah untuk perubahan kehidupan masa depan manusia menuju lebih baik, mudah, cepat dan aman (Prasuko, 2020). Maka dari itu untuk menarik masyarakat agar mau menjadi nasabah maka bank harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menarik masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk bergabung menjadi nasabah bank syariah dan menikmati layanan sehingga nasabah puas dengan kualitas yang diberikan perbankan untuk memenuhi kepuasannya.

Merger merupakan strategi penggabungan usaha yang biasa dilakukan oleh perusahaan sejak lama. Pada dasarnya pengertian antara merger dan akuisisi berbeda satu sama lainnya. Merger merupakan salah satu dari kegiatan yang terjadi dalam dunia perbankan, pada dasarnya merger terjadi untuk melindungi kepentingan perusahaan yang dianggap perlu untuk melakukan merger (Romadhon, 2021).

Ada beberapa tujuan merger yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia antara lain seperti sinergi yang baik demi meningkatkan pelayanan untuk nasabah bank syariah, dimana

dengan menggabungkan tiga bank syariah terbesar tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia (Aulia, 2020). Selanjutnya yaitu perbaikan proses bisnis, akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Tujuan selanjutnya adalah risk management, pengelolaan Bank Syariah Indonesia akan meminimalisir resiko-resiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan (Maemunah, 2017).

Terwujudnya merger 3 (tiga) bank syariah inipun diharapkan memberikan dampak bagi pertumbuhan biaya modal, dapat memperluas wilayah pasar, memperbanyak variasi produk, menyelamatkan bank dan atau industri perbankan, meningkatkan efektivitas pengawasan bank oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), meningkatkan skala ekonomi atau meningkatkan ukuran bank serta ruang lingkup ekonomi, serta yang lebih utama adalah dalam menjalankan bisnis sehingga dapat meningkatkan peran perbankan syariah dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah (Wiyono & Kirana, 2021).

Sebelum adanya merger minat masyarakat dalam menabung di Bank Syariah masih rendah. Seperti halnya terdapat di beberapa penelitian sebelumnya, yang menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat minim akan produk Perbankan Syariah (Nengsih & Putri, 2021). Hal itu dijelaskan dalam survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 silam. Dalam survei tersebut menjelaskan masyarakat Indonesia yang mengetahui akan produk perbankan syariah hanya sebesar 21,84%, dan yang lainnya belum memahami secara penuh tentang pengetahuan produk perbankan syariah termasuk fitur, manfaat yang ada di dalam produk dan jasa keuangan (Atikah et al., 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Ortega & Alhifni (2017) yang berjudul “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah” Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, variabel televisi dan internet memiliki kontribusi yang lebih besar dari pada variabel koran dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.

Menurut Darmawan et al. (2019) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah” hasil dari penelitian ini adalah suatu pelayanan secara parsial menimbulkan berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah. Selanjutnya ada pengetahuan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah, promosi secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat

nasabah menabung di bank Jateng syariah, produk secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah, harga secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.

Dalam penelitian Mujaddid & Nugroho (2019) yang berjudul “Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah” menyimpulkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank syariah.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Andriani & Halmawati (2019) menyatakan hasil penelitian menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat untuk menjadi nasabah bank syariah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap bank, maka semakin tinggi nasabah yang akan berinvestasi di Bank. Budaya memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, semakin kuat budaya seseorang, semakin tinggi juga minat menjadi nasabah bank syariah. Penelitian Shodiqin (2021) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap minat menggunakan mobile banking” Menyimpulkan terdapatnya pengaruh terhadap minat menggunakan. Artinya semakin mudahnya suatu teknologi yang di gunakan maka semakin besar minat nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut dalam mendukung aktivitasnya sehari-hari.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka penulis hendak mengangkat permasalahan mengenai minat menabung masyarakat Yogyakarta pasca merger bank syariah Indonesia. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh aset, modal, teknologi pasca merger bank syariah terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul “Analisis Pengaruh Aset Modal dan Teknologi terhadap Minat menabung masyarakat pasca merger bank syariah Indonesia”.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini, yaitu menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah sesuatu cara yang digunakan dalam menjawab suatu masalah penelitian data berupa angka dan program statistik (Wahidmurni, 2017). Tujuan penelitian ini untuk memberikan gambaran dan menguji secara empiris pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Aset, Modal dan Teknologi dengan variabel terikat yaitu Minat menabung masyarakat di bank syariah. Dimana peneliti mencari data-data lalu menganalisis bagaimana variabel satu saling mempengaruhi variabel lainnya dengan menggunakan metode survey yaitu

penelitian dengan mengambil sampel dan populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta. Pelaksanaan penelitian ini ± 2 (dua) bulan, dengan menyebarkan angket atau kuesioner secara daring dengan menggunakan aplikasi Google form kepada nasabah bank syariah dan masyarakat Yogyakarta yang akan menjadi responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah dan masyarakat yang ada di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis purposive sampling. Dengan klasifikasi tertentu yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia, nasabah yang memiliki tabungan bank syariah minimal 3 tahun, masyarakat Yogyakarta yang tidak memiliki tabungan bank syariah. Karena populasi nasabah dalam minat memilih bank Syariah belum diketahui, maka rumus Lemeshow akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel ;

$$n = \frac{z^2 x P x Q}{L^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar oleh distribusi yang telah ditetapkan 1,96

P = Proporsi subjek sebesar 0,5 karena data belum diperoleh

Q = 1 – P = 0,5

L = Tingkat ketelitian 10% = 0,1

$$\text{Maka, } n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Dapat ditentukan dari rumus diatas jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 96 Orang responden nasabah bank syariah dan masyarakat di daerah Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan regresi sederhana. Regresi sederhana merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data yang variabelnya menggunakan skala ordinal. Menurut Hosmer (2000) Analisis Regresi merupakan salah satu metode statistika untuk menganalisis variabel respon (dependen) yang mempunyai skala data ordinal dan terdiri tiga kategori atau lebih. Variabel prediktor (independen) yang dapat disertakan dalam model berupa data kategori atau kontinyu yang berjumlah dua variabel atau lebih.

Hasil dan Pembahasan
 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.517	.907		2.774	.007
ASET	.243	.100	.228	2.438	.017
1 MODAL	.478	.122	.348	3.902	.000
TEKNOLO GI	.280	.059	.396	4.779	.000

a. Dependent Variable: Y

Berikut merupakan persamaan umum yang digunakan berdasarkan tabel 4.17
 Sumber: Data SPSS (2022)

$$Y = 2.517 + 0,243*(X1) + 0,478*(X2) + 0,280*(X3) + e$$

Adapun interpretasi koefisien dari persamaan di atas adalah:

- Konstanta (α) = 2.517
 Jika nilai dari Aset (X1), Modal (X2), dan Teknologi (X3) sama, maka pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel Y adalah 2.517
- Koefisien Regresi Aset (X1) = 0,243
 Jika nilai aset naik satu satuan, maka nilai variabel minat menabung akan bertambah sebesar 0,243 satuan dengan anggapan variabel tetap.
- Koefisien Regresi Modal (X2) = 0,478
 Jika nilai modal naik satu satuan, maka nilai variabel minat menabung akan bertambah sebesar 0,478 satuan dengan anggapan variabel tetap.
- Koefisien Regresi Teknologi (X3) = 0,280
 Jika nilai Religiusitas naik satu satuan, maka nilai variabel minat menabung akan bertambah sebesar 0,280 satuan dengan anggapan variabel tetap.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial variabel tingkat aset, modal dan teknologi terhadap variabel minat menabung. Pengambilan keputusan berdasarkan table 3 maka hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan data diatas dapat dinyatakan variabel aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta karna $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2.438 > 0,1986$ atau nilai signifikansinya dihasilkan $0,007 < 0,05$.
2. Hasil perhitungan data diatas dapat dinyatakan variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta karna $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3.902 > 0,1986$ atau nilai signifikansinya dihasilkan $0,000 < 0,05$
3. Hasil perhitungan data diatas dapat dinyatakan variabel teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $4.799 > 0,1986$ dan nilai signifikansinya dihasilkan $0,000 < 0,05$.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen yaitu variabel aset, modal, teknologi secara bersamaan terhadap variabel dependen yaitu, minat menabung dari perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1516.481	3	505.494	187.886	.000 ^b	
Residual	247.519	9	2.690			
Tot al	1764.000	12				

A. Dependent variable: minat menabung
B. Predictors: (constant), teknologi, modal, aset

Sumber: Data SPSS (2022)

Hasil perhitungan data, tabel 4 dapat dinyatakan variabel bebas bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta karna $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $187.886 > 2,703$ dan nilai signifikansinya dihasilkan $0,000 < 0,05$.

Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur berapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan berbagai variabel dependen atau tetap. Berikut hasil dari uji koefisiensi determinasi:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisiensi determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.927 ^a	.860	.855	1.64025

a. Predictors: (Constant), Teknologi, Modal, Aset
b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data SPSS (2022)

Tabel 5 menjelaskan bahwa besar nilai R Square 0,860 atau 86%. Dan hasil ini menjelaskan bahwa kontribusi variabel aset (X1), modal (X2) dan teknologi (X3) terhadap variabel minat menabung (Y) sebesar 86% sementara sisanya 14% dipengaruhi variabel lain.

1. Data Sekunder

a. Aset

Bank syariah setelah adanya merger memberikan dampak yang positif bagi jumlah asetnya, yang mana merger 3 bank syariah BUMN membuat aset sangat meningkat secara drastis. Berikut aset bank syariah dari hasil laporan keuangan :

Tabel 6. Jumlah Aset Bank Syariah

Kuartal 1	Kuartal 2	Kuartal 3	Kuartal 4
Rp 234.427.001	Rp 247.299.611	Rp.251.051.724	Rp 265.289.081

b. Modal

Pasca merger modal bank syariah mencapai 20,4 triliun pada awal tahun 2022 tentu saja ini menjadi dampak positif karena entitas baru yang lahir dari aksi korporasi ini meningkatkan modal besar untuk bisa menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Aulia, 2020).

Pembahasan

Pembahasan penelitian dalam skripsi ini dilakukan untuk menguji seberapa besar tingkat pengaruh Aset, Modal dan Teknologi terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta dengan hasil penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh aset terhadap minat menabung masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta di perbankan syariah Hasil dari uji secara persial dan simultan adalah valid. Aset berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta.

Jadi, bisa diartikan bahwasanya semakin tinggi tingkat aset pada suatu perusahaan perbankan menunjukkan kualitas yang baik, dan hal itu akan menentukan kemampuan bank untuk meningkatkan daya tariknya bagi nasabah untuk menginvestasikan dananya, yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut, dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang tentunya bisa menumbuhkan tingkat minat menabung pada perbankan syariah (Atikah et al., 2021).

Penelitian ini didukung oleh penelitian lain yaitu, penelitian yang dilakukan oleh (Ilyas, 2017), tentang bagaimana peran aset untuk mendapatkan kepercayaan nasabah dan masyarakat untuk dapat menginvestasikan dananya di perbankan syariah. Dimana penelitiannya menjelaskan upaya memperoleh laba yang maksimal, bank syariah memegang prinsip-prinsip syariah dalam mengelola asset dan memegang kepercayaan nasabah berupa tanggung jawab pemenuhan kewajibannya sebagai lembaga yang sangat bergantung dari asas kepercayaan.

2. Pengaruh modal dalam minat menabung masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta di perbankan syariah Hasil dari uji secara simultan adalah valid. Modal berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta.

Dalam penelitian Ilyas, (2017), menjelaskan permodalan bank syariah adalah bagaimana bank mengatur modal sedemikian rupa sehingga dapat menarik kepercayaan masyarakat menyimpan dananya di bank syariah. Maka dapat diartikan semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat maka memungkinkan bertumbuh besar pula modal yang diserap oleh bank. Sehingga bisa dikatakan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat sangat berpengaruh pada permodalan bagi bank syariah.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian Atikah et al., (2021), yang membahas modal bank itu sangat berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat dan melindungi deposit itu sendiri. Modal bank syariah yang cukup maka akan memudahkan bank syariah dalam melakukan ekspansi usahanya ke berbagai sektor yang berdampak pada peningkatan profitabilitas.

3. Pengaruh teknologi dalam minat menabung masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta di perbankan syariah Hasil dari uji secara parsial dan simultan adalah valid. Teknologi berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta.

Dalam penelitian Handayani & Wijayanti, (2018), menjelaskan bahwa teknologi berperan sangat penting untuk mempengaruhi masyarakat menabung di bank syariah, karena dengan adanya kemajuan teknologi dapat membuka peluang sosial media marketing yang merupakan salah satu cara pemasaran secara online. Tujuan adanya teknologi untuk mempermudah melakukan suatu transaksi dengan semua nasabah agar dapat meningkatkan kepercayaan untuk memakai jasa perbankan. Adanya teknologi tentu saja menambah nilai plus dari nasabah karena dalam bertransaksi lebih mudah, cepat, dan aman. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian Prasuko, (2020), yang membahas teknologi yang baik akan menumbuhkan tingkat kualitas pelayanan. yang tentunya dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah karena adanya kemudahan dalam bertransaksi.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan uji analisis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap parsial dan simultan. Artinya minat menabung masyarakat Yogyakarta dipengaruhi tiga faktor yaitu, aset, modal, teknologi Hasil olah data secara simultan berdasarkan pearson cerrelation menyatakan bahwa total semua data $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ begitupun dengan hasil olah data Uji F dan Uji T semua terbilang signifikan karena ketiga variabel $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikansinya dihasilkan $< 0,0$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel Aset, Modal dan Teknologi secara parsial dan simultan terhadap minat menabung masyarakat Yogyakarta pada Bank Syariah.

Daftar Pustaka

- Andriani, G. F., & Halmawati. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *JEA Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/11>
- Ario Satrio Prasuko. (2020). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mandiri Syariah Mobile Pada PT BSM KCP Palembang Veteran. www.apjii.or.id
- Atikah, I., Maimunah, M., & Zainuddin, F. (2021). Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya Dalam Stabilitas Perekonomian Negara. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 8(2), 515–532. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i2.19896>

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Darmawan, A., Dewi Indahsari, N., Rejeki, S., Rizqie Aris, M., Yasin, R., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, P., & Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana IAIN Purwokerto, P. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah. In *Jurnal Fokus Bisnis* (Vol. 18, Issue 01).
- Elisabet Yunaeti Anggraeni. (2017). *Pengantar Sistem Informasi* (E. E. Risanto (ed.)). CV. Andi Offset.
- Handayani, R., Runtuwene, R. F., Sambul, S. A. P., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Penguasaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia Cabang Manado. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Handayani, R., & Wijayanti, H. T. (2018). *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Home Industri Frozen Food)*. Seminar Nasional Edusainstek
- Hosmer, D. W. (2000). *Applied Logistic Regression*.
- Ilyas, R. (2017). Manajemen Permodalan Bank Syariah. In *BISNIS* (Vol. 5, Issue 2).
- M.Wareza. (2020). *Sinyal Erick Thohir: Laba BUMN 2020 Turun 60% Karena Covid-19*.
- Maemunah, H. (2017). *Pengaruh Merger Terhadap Rentabilitas Pada Bank Danamon (Studi Kasus di Bursa Efek Surabaya)* (Vol. 1, Issue 1).
- Masruron, M., & Aulia Adinda Safitri, N. (2021). *Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19: Vol. I* (Issue 1).
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Nengsih, T. A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung Masyarakat di Bank Syariah : Studi Empiris di Kota Jambi. *Journal of Business and Banking*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v1i1l.2599>
- Nurma Sari, F., & Khoirul Anwar, M. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 87–98.
- Romadhon, B. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Merger Correlation of Three Sharia Banks and Public Awareness of Sharia Banking Products. *At-Tamwil*, 3(1). <https://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/perbankan>

Shodiqin, M. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.*

Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif.*

Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2021). Digital Transformation of SMEs Financial Behavior in the New Normal Era. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(1).
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.4954>