Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078
Article DOI: 10.21070/perisai.v10i2.2078

Original Research Article

The Influence of Intellectual Capital and Knowledge Management on Interest in Using Islamic Banking Products with Islamic Financial Literacy as a Moderating Variable (A Study at Bank Syariah Indonesia in East Java)

Pengaruh Intellectual Capital dan Knowledge Management terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Jawa Timur)]

Muhammad Ilham Habiby[1)], Imelda Dian Rahmawati[*,2)]
[1,2] Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Article history: Received Received 11 September 2026, Accepted 28 September 2026, Published 29 October 2026

ABSTRACT

General Background Islamic banking demonstrates steady institutional expansion across Indonesia, yet national financial inclusion and asset utilization metrics consistently lag behind conventional counterparts. Specific Background Although market potential remains extensive, public interest in adopting Islamic banking products does not scale proportionally with general sector growth. Knowledge Gap Prior academic literature predominantly evaluates corporate performance or treats financial literacy as an independent factor, leaving the moderating mechanism of Islamic financial literacy on internal intellectual assets underexplored. Aims This study investigates the effects of intellectual capital and knowledge management on customer intention to use Islamic banking products, incorporating Islamic financial literacy as a moderating variable within Bank Syariah Indonesia in East Java. Results Multiple linear regression and moderated regression analysis on 100 respondents indicate that intellectual capital and knowledge management positively drive product adoption intention, where financial literacy successfully moderates knowledge management but shows no moderating effect on intellectual capital. Novelty This empirical work integrates internal knowledge-based view components with customer-side literacy moderation specifically targeting regional Islamic banking consumer bases. Implications Financial institutions must simultaneously optimize organizational knowledge assets and cultivate targeted consumer financial literacy to effectively convert market potential into actual product utilization.

Keywords Intellectual Capital, Knowledge Management, Islamic Financial Literacy, Intention to Use, Bank Syariah Indonesia
HOW TO CITE: Muhammad Ilham Habiby, Imelda Dian Rahmawati (2026), The Influence of Intellectual Capital and Knowledge Management on Interest in Using Islamic Banking Products with Islamic Financial Literacy as a Moderating Variable (A Study at Bank Syariah Indonesia in East Java), Vol 10 (2), October 2026. DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078

*Coresponding author.
E-mail address: imeldadian@umsida.ac.id
Peer reviewed under reponsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
© 2026 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under

Pendahuluan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup dari sisi aset, jaringan kantor, dan variasi produk yang ditawarkan. Namun demikian, pertumbuhan tersebut belum diikuti oleh peningkatan minat masyarakat secara proporsional dalam menggunakan produk perbankan syariah [1]. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat inklusi dan literasi keuangan syariah masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan sektor perbankan konvensional, sehingga menimbulkan kesenjangan antara potensi pasar yang besar dan realisasi pemanfaatan produk perbankan syariah di Indonesia. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan mendasar terkait daya tarik dan penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah [2]. Fenomena tersebut juga menjadi perhatian pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur sebagai salah satu lembaga perbankan syariah yang terus berupaya meningkatkan pemanfaatan produk dan layanannya oleh masyarakat.

Minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah merupakan faktor kunci bagi keberlanjutan dan daya saing perbankan syariah [3]. Minat tersebut tercermin dari ketertarikan, keinginan, serta kesiapan individu untuk menggunakan dan terus bertransaksi dengan produk perbankan syariah [4]. Meskipun Indonesia memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, tingkat penggunaan produk perbankan syariah masih belum optimal dibandingkan perbankan konvensional. Fenomena ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah semata belum cukup untuk mendorong minat masyarakat, sehingga diperlukan upaya peningkatan kualitas internal bank dan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah [5]. Kondisi tersebut juga menjadi tantangan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap penggunaan produk dan layanan perbankan syariah.

Salah satu faktor internal yang diduga memengaruhi minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah adalah *intellectual capital* [6]. Dalam perbankan yang berbasis jasa dan pengetahuan, *intellectual capital* menjadi aset strategis yang mencakup *human capital*, *structural capital,* dan *relational capital.* Kompetensi karyawan dalam memahami produk syariah, sistem dan prosedur kerja yang efisien, serta hubungan yang baik dengan nasabah berpotensi meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat [7]. *Intellectual capital* yang dikelola secara optimal memungkinkan bank syariah menciptakan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh nasabah, sehingga dapat mendorong peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [8].

Selain *intellectual capital*, *knowledge management* juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk perbankan syariah [9]. *Knowledge management* mencakup proses penciptaan, penyimpanan, distribusi, dan penerapan pengetahuan dalam organisasi [10]. Penerapan *knowledge management* yang efektif memungkinkan bank syariah meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pengambilan keputusan, serta menghasilkan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik nasabah [11]. Dengan pengelolaan pengetahuan yang baik, bank syariah dapat membangun citra profesional dan meningkatkan kualitas interaksi dengan masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya minat menggunakan produk perbankan syariah [12].

Namun demikian, pengaruh *intellectual capital* dan *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah tidak dapat dilepaskan dari tingkat literasi keuangan syariah masyarakat [13]. Literasi keuangan syariah mencerminkan kemampuan individu dalam memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, karakteristik produk perbankan syariah, serta manfaat dan risiko yang melekat pada produk tersebut [14]. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan syariah yang baik cenderung lebih mampu menilai kualitas layanan dan kesesuaian produk dengan prinsip syariah, sehingga respons terhadap upaya peningkatan *intellectual capital* dan *knowledge management* bank syariah menjadi lebih kuat. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah dipandang relevan untuk berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara

intellectual capital dan *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah[15].

Research gap dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian terdahulu umumnya lebih banyak mengkaji pengaruh *intellectual capital* dan *knowledge management* terhadap kinerja keuangan, efisiensi, atau keunggulan bersaing perbankan, serta menempatkan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen yang berdiri sendiri[16]. Masih terbatas penelitian yang menguji literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *intellectual capital* dan *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Perbedaan fokus tersebut menunjukkan perlunya penelitian lanjutan untuk memberikan perspektif baru mengenai peran literasi keuangan syariah dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah [17].

Keterbatasan penelitian terdahulu menjadi salah satu alasan penting dilakukannya penelitian ini, terutama karena masih terbatas kajian yang mengintegrasikan faktor internal bank, yaitu *intellectual capital* dan *knowledge management*, dengan faktor pemahaman masyarakat berupa literasi keuangan syariah dalam menjelaskan minat menggunakan produk perbankan syariah [18]. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kombinasi faktor tersebut, sekaligus menjadi dasar pertimbangan strategis bagi manajemen bank syariah dalam mengelola *intellectual capital* dan *knowledge management* secara lebih efektif serta bagi regulator dalam merumuskan kebijakan peningkatan literasi keuangan syariah guna memperluas inklusi keuangan syariah di Indonesia [19]. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* dan *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah serta menguji peran literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur [7].

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan kajian mengenai minat menggunakan produk perbankan syariah dengan mengintegrasikan faktor internal perbankan berupa *intellectual capital* dan *knowledge management* serta faktor pemahaman nasabah berupa literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas penerapan *Knowledge-Based View* (KBV) pada konteks perbankan syariah, khususnya dalam menjelaskan bagaimana sumber daya berbasis pengetahuan dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur dalam meningkatkan pengelolaan *intellectual capital* dan *knowledge management*, serta memperhatikan tingkat literasi keuangan syariah nasabah dalam menyampaikan informasi dan edukasi mengenai produk perbankan syariah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Grand teori dalam penelitian ini adalah *Knowledge-Based View* (KBV) yang memandang pengetahuan sebagai sumber daya utama dan strategis dalam menentukan keberhasilan organisasi. Dalam konteks perbankan syariah sebagai berbasis jasa dan pengetahuan, pengelolaan *intellectual capital* dan *knowledge management* menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai layanan yang berkualitas. Nilai layanan tersebut tercermin dari kemampuan bank syariah dalam menyediakan informasi, produk, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta prinsip syariah, sehingga memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Pengaruh ini selanjutnya diperkuat oleh tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang memengaruhi kemampuan individu dalam memahami dan merespons nilai layanan yang dihasilkan bank syariah [20].

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Dalam perspektif *Knowledge-Based View* (KBV), *intellectual capital* dipandang sebagai aset tidak berwujud yang memiliki nilai strategis karena bersifat langka, sulit ditiru, dan tidak mudah

digantikan, sehingga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif melalui peningkatan minat menggunakan produk perbankan syariah. *Intellectual capital* dianggap sebagai faktor penting yang mampu mendorong munculnya ketertarikan masyarakat dalam memanfaatkan produk perbankan syariah[21]. Selain itu, *intellectual capital* berperan sebagai aset strategis organisasi yang berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, efektivitas sistem dan prosedur operasional, serta kualitas hubungan antara lembaga dengan nasabah [22]. Sebaliknya, apabila kualitas sumber daya manusia rendah, sistem kerja kurang optimal, dan hubungan dengan nasabah tidak terbangun dengan baik, maka hal tersebut dapat menurunkan minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Dalam konteks perbankan syariah, *intellectual capital* menjadi faktor yang sangat penting karena tingkat kepercayaan nasabah sangat dipengaruhi oleh kompetensi, profesionalitas, dan reputasi lembaga. Oleh karena itu, semakin baik
pengelolaan *intellectual capital* dalam perbankan syariah, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah[23]

H1 : *Intellectual Capital* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Pengaruh *Knowledge Management* Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Dalam perspektif *Knowledge-Based View* (KBV), *knowledge management* dipandang sebagai proses strategis organisasi dalam mengelola, mengembangkan, dan mendistribusikan pengetahuan yang dimiliki guna meningkatkan kinerja serta menciptakan nilai bagi organisasi [24]. Melalui penerapan *knowledge management* yang efektif, organisasi mampu meningkatkan kualitas pelayanan, inovasi produk, serta pemahaman terhadap kebutuhan nasabah sehingga dapat mendorong munculnya minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [25] . *Knowledge management* memungkinkan lembaga perbankan untuk mengelola informasi dan pengalaman yang dimiliki oleh karyawan sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal dalam memberikan pelayanan yang profesional dan terpercaya kepada nasabah. Sebaliknya, apabila pengelolaan pengetahuan dalam organisasi tidak berjalan dengan baik, maka informasi yang dimiliki tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal sehingga dapat menurunkan kualitas pelayanan dan berdampak pada rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [26]. Oleh karena itu, semakin baik penerapan *knowledge management* dalam perbankan syariah, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah.

H2 : *Knowledge Management* Perpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variable Moderasi

Dalam perspektif *Knowledge-Based View* (KBV), *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang berperan penting dalam menciptakan nilai dan meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi. Namun, pengaruh *intellectual capital* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah tidak hanya bergantung pada kualitas sumber daya yang dimiliki oleh lembaga, tetapi juga pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan syariah. Dalam hal ini, literasi keuangan syariah berperan sebagai faktor yang dapat memperkuat hubungan antara *intellectual capital* dan minat menggunakan produk perbankan syariah [27]. Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami prinsip, manfaat, serta perbedaan produk perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional [28]. Dengan pemahaman tersebut, masyarakat cenderung lebih mampu menilai kompetensi, profesionalitas, serta kualitas layanan yang dihasilkan dari pengelolaan *intellectual capital* dalam lembaga perbankan syariah. Sebaliknya, apabila tingkat literasi keuangan syariah masyarakat masih rendah, maka pengelolaan *intellectual capital* yang

Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078
baik sekalipun belum tentu mampu meningkatkan minat masyarakat secara optimal dalam menggunakan produk perbankan syariah [29]. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin kuat pula pengaruh *intellectual capital* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.

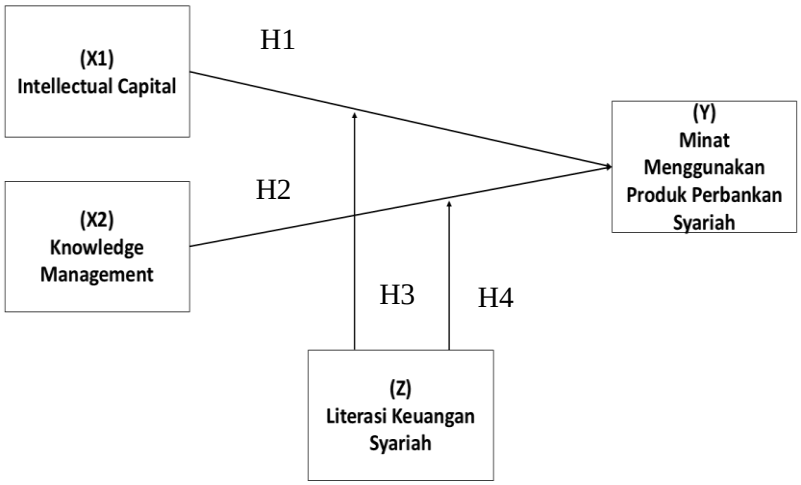
H3 : *Intellectual Capital* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variable Moderasi

Pengaruh *Knowledge Management* Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah
Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variable Moderasi

Dalam perspektif *Knowledge-Based View* (KBV), *knowledge management* dipandang sebagai proses strategis organisasi dalam mengelola, mengembangkan, serta mendistribusikan pengetahuan yang dimiliki guna meningkatkan kinerja dan menciptakan nilai bagi organisasi. Penerapan *knowledge management* yang efektif memungkinkan lembaga perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat pemahaman karyawan terhadap produk, serta mengoptimalkan penyampaian informasi kepada masyarakat. Hal tersebut dapat mendorong munculnya minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Namun demikian, pengaruh *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap konsep dan prinsip keuangan syariah. Dalam hal ini, literasi keuangan syariah berperan sebagai variabel yang dapat memperkuat hubungan tersebut[25]. Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami manfaat, mekanisme, serta nilai-nilai yang terkandung dalam produk perbankan syariah sehingga informasi dan pengetahuan yang disampaikan oleh lembaga perbankan dapat diterima dan dipahami dengan lebih baik [30]. Sebaliknya, apabila tingkat literasi keuangan syariah masyarakat masih rendah, maka pengelolaan pengetahuan yang baik dalam organisasi belum tentu mampu meningkatkan minat masyarakat secara optimal dalam menggunakan produk perbankan syariah [31]. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin kuat pula pengaruh *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.

H4 : *Knowledge Management* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variable Moderasi

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

II. Metode

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian ilmiah yang dilaksanakan secara terstruktur untuk menganalisis fenomena serta hubungan sebab-akibat antarvariabel yang dapat diukur secara objektif. Proses pengukuran dilakukan dengan menerapkan teknik statistik, matematis, dan komputasional guna menghasilkan temuan penelitian yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah [32].

Sumber Data

Sumber data penelitian ini berasal dari responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam penelitian. Kuesioner disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel *intellectual capital* (X1), *knowledge management* (X2), minat menggunakan produk perbankan syariah (Y), serta literasi keuangan syariah (Z) sebagai variabel moderasi. Setiap indikator pada masing-masing variabel dikembangkan berdasarkan landasan teori serta penelitian terdahulu yang relevan dan disesuaikan dengan konteks penelitian pada sektor perbankan syariah. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji pengaruh *intellectual capital* dan *knowledge management* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Jawa Timur, serta untuk menganalisis peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi hubungan tersebut. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang objektif dan mendukung tujuan penelitian [32][33].

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Provinsi Jawa Timur yang berjumlah sekitar 2,7 juta nasabah. Jumlah populasi tersebut mengacu pada data resmi PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang menyatakan bahwa customer base BSI di Jawa Timur telah mencapai sekitar 2,7 juta nasabah. Populasi ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik responden yang dibutuhkan dalam penelitian. Selanjutnya, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin*.[32] [34]

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Penggunaan rumus *Slovin* bertujuan untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi yang berjumlah 2.700.000 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus *Slovin* diperoleh jumlah sampel sebagai berikut[34]:

$n = N / (1 + N \times e^2)$

Diketahui:

$N = 2.700.000$

$e = 10\% = 0,10$

Perhitungan:[34]

$n = 2.700.000 / (1 + 2.700.000 \times 0,10^2)$

$n = 2.700.000 / (1 + 2.700.000 \times 0,01)$

$n = 2.700.000 / (1 + 27.000)$

$n = 2.700.000 / 27.001$

$n = 99,996 = 100$ (Sampel)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Selanjutnya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah

Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078
ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pemilik rekening aktif Bank Syariah Indonesia (BSI) di Jawa Timur yang mengetahui atau pernah menggunakan produk perbankan syariah. Teknik ini dipilih agar responden yang diperoleh sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian dan mampu memberikan informasi yang relevan dengan variabel yang diteliti..[32][34]

Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Provinsi Jawa Timur yang memiliki rekening aktif, (2) menggunakan lebih dari dua produk atau layanan BSI, dan (3) berusia minimal 17 tahun sehingga dianggap mampu memahami serta memberikan penilaian terhadap pernyataan dalam kuesioner. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan layanan perbankan syariah sehingga dapat memberikan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.[32][34]

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner secara online melalui Google Form. Metode ini dipilih karena dinilai efisien, mudah diakses oleh responden, serta memudahkan peneliti menjangkau partisipan dari nasabah bank syariah indonesia Jawa Timur [32].

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan batasan konsep setiap variabel agar dapat diukur secara empiris. *Intellectual capital* diartikan sebagai aset tidak berwujud yang dimiliki organisasi yang meliputi *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* yang berkaitan dengan kompetensi sumber daya manusia, sistem organisasi, serta hubungan dengan nasabah. *Knowledge management* merupakan proses pengelolaan pengetahuan dalam organisasi yang mencakup kegiatan penciptaan, penyimpanan, berbagi, dan pemanfaatan pengetahuan guna meningkatkan efektivitas kinerja dan pelayanan. Minat menggunakan produk perbankan syariah sebagai variabel dependen didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan nasabah untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Sementara itu, literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi merujuk pada tingkat pemahaman dan pengetahuan individu mengenai prinsip, konsep, serta produk keuangan berbasis syariah yang dapat memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan perbankan syariah [35].

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert empat poin, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Variabel *intellectual capital* diukur melalui komponen *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* yang mencerminkan kompetensi karyawan, sistem organisasi, serta kualitas hubungan dengan nasabah. Variabel *knowledge management* diukur melalui indikator proses penciptaan, penyimpanan, berbagi, dan pemanfaatan pengetahuan dalam organisasi. Variabel literasi keuangan syariah diukur melalui tingkat pemahaman responden terhadap prinsip keuangan syariah, pengetahuan mengenai produk perbankan syariah, serta kemampuan dalam memahami informasi keuangan berbasis syariah. Sementara itu, variabel minat menggunakan produk perbankan syariah diukur melalui indikator ketertarikan, keinginan untuk menggunakan, serta kecenderungan responden dalam memilih produk perbankan syariah sehingga seluruh variabel dapat dianalisis secara statistik sesuai dengan model penelitian [35].

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Skala Likert	Sumber
Intellectual Capital (X1)	1. *Human Capital* (Persepsi Nasabah terhadap Kompetensi	1=SangatTidak Setuju (STS)	[36]

	Karyawan) 2. *Structural capital* (sistem dan prosedur organisasi) 3. *Relational capital* (hubungan dengan nasabah)	2 = Tidak Setuju (TS) 3 = Setuju (S) 4 = Sangat Setuju (SS)	[37]
Knowledge Management (X2)	1. *Knowledge creation* (penciptaan pengetahuan) 2. *Knowledge storage* (penyimpanan pengetahuan) 3. *Knowledge sharing* (berbagi pengetahuan) 4. *Knowledge utilization* (pemanfaatan pengetahuan)	1 = Sangat Tidak Setuju (STS) 2 = Tidak Setuju (TS) 3 = Setuju (S) 4 = Sangat Setuju (SS)	[38]
Minat Mengunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	1. Ketertarikan terhadap produk 2. Keinginan untuk menggunakan produk 3. Kecenderungan memilih produk perbankan syariah	1 = Sangat Tidak Setuju (STS) 2 = Tidak Setuju (TS) 3 = Setuju (S) 4 = Sangat Setuju (SS)	[39]
Literasi Keuangan Syariah (Z)	1. Pemahaman prinsip keuangan syariah 2. Pengetahuan produk perbankan syariah 3. Kemampuan memahami informasi keuangan syariah	1 = Sangat Tidak Setuju (STS) 2 = Tidak Setuju (TS) 3 = Setuju (S) 4 = Sangat Setuju (SS)	[40] [41]

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Pengolahan data dilakukan berdasarkan jawaban responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Jawa Timur. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut [32].

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian. Analisis ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian, yaitu *Intellectual Capital*, *Knowledge Management*, Literasi Keuangan Syariah, dan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Analisis ini bertujuan untuk memberikan informasi awal mengenai distribusi dan penyebaran data penelitian[32].

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model regresi harus memenuhi asumsi dasar regresi linier klasik agar menghasilkan estimasi yang tidak bias dan efisien. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi[32].

a. Uji Normalitas

Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 5% (0,05). Model dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai (p-value) lebih besar dari 0,05, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada satu observasi dengan observasi lainnya. Pengujian dilakukan menggunakan statistik *Durbin-Watson* (DW). Model regresi dinyatakan bebas dari autokorelasi apabila nilai *Durbin-Watson* berada pada rentang yang telah ditentukan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda dan Moderasi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital* dan *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Selanjutnya, untuk mengetahui apakah Literasi Keuangan Syariah mampu memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut, digunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA)[32].

a. Koefisien Determinasi *(Adjusted R^2)*

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan *Adjusted R^2* karena model melibatkan lebih dari satu variabel independen serta variabel interaksi. Semakin besar nilai *Adjusted R^2*, semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan variasi Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, termasuk menguji variabel interaksi dalam model moderasi. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan tingkat sebesar 5% (0,05). Variabel dinyatakan berpengaruh apabila nilai lebih kecil dari 0,05.

c. *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Pengujian moderasi dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan memasukkan variabel interaksi antara *Intellectual Capital* dan Literasi Keuangan Syariah, serta antara *Knowledge Management* dan Literasi Keuangan Syariah, ke dalam model regresi. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah Literasi Keuangan Syariah mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* dan *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

III. Hasil dan Pembahasan

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian dengan menyajikan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti. Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intellectual Capital (X1)	100	22	59	43.78	10.643
Knowledge Management (X2)	100	29	64	48.20	4.759
Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y)	100	18	48	35.39	8.934
Literasi Keuangan Syariah (Z)	100	21	48	35.27	7.013
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada Tabel X, diketahui bahwa penelitian ini melibatkan 100 responden. Variabel *Intellectual Capital* (X1) memiliki nilai minimum 22, maksimum 59, rata-rata (mean) 43,78, dan standar deviasi 10,643. Variabel *Knowledge Management* (X2) memiliki nilai minimum 29, maksimum 64, rata-rata 48,20, dan standar deviasi 4,759. Selanjutnya, variabel Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y) memiliki nilai minimum 18, maksimum 48, rata-rata 35,39, dan standar deviasi 8,934. Adapun variabel Literasi Keuangan Syariah (Z) memiliki nilai minimum 21, maksimum 48, rata-rata 35,27, dan standar deviasi 7,013. Secara umum, seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya, yang menunjukkan bahwa data cenderung terpusat pada nilai rata-rata dan memiliki tingkat penyebaran yang relatif rendah. Dengan demikian, data penelitian dapat dikatakan cukup baik dan representatif untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut guna menguji pengaruh *Intellectual Capital* dan *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai variabel moderasi[32].

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi-asumsi dasar sehingga menghasilkan estimasi koefisien regresi yang valid, tidak bias, dan efisien. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik meliputi beberapa pengujian, yaitu uji normalitas, uji *multikolinearitas*, uji *heteroskedastisitas*, dan uji *autokorelasi*.

a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.02695339
Most Extreme Differences	Absolute	0.074
	Positive	0.073
	Negative	-0.074
Test Statistic		0.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192[c]

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078

Berdasarkan Hasil Uji Normalitas, Yaitu nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual pada seluruh model regresi berdistiribusi normal sehinga asumsi normalitas telah terpenuhi[32].

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

1	Intellectual Capital (X1)	0.955	1.047
	Knowledge Management (X2)	0.955	1.047

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasrkan Hasul Uji *Multikolinearitas*, dapat disimpulkan seluruh variabel memenuhi kriteria bebas *Multikolinearitas*. Ditunjukan oleh nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10, sehingga asumsi tidak adanya *Multikolinearitas* bisa sepenuhnya terpenuhi[32].

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model				Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.782	1.466		2.580	0.011
	Intellectual Capital (X1)	-0.018	0.014	-0.133	-1.308	0.194
	Knowledge Management (X2)	-0.032	0.030	-0.109	-1.066	0.289

Sumber : Data diolah dengan SPSS 2

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* menggunakan Uji *Glejser*, diketahui bahwa nilai variabel *Intellectual Capital* (X1) sebesar 0,194 dan variabel *Knowledge Management* (X2) sebesar 0,289. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians residual bersifat konstan *(homoskedastisitas)*, sehingga salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi telah terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut[32].

d. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.974[a]	0.949	0.947	2.048	1.753

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan residual pada pengamatan lainnya dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan statistik *Durbin-Watson* (DW). Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,753. Model regresi dinyatakan bebas dari autokorelasi apabila

memenuhi kriteria DU < DW < 4 − DU. Berdasarkan tabel *Durbin-Watson* pada taraf 5% dengan jumlah sampel 70 dan jumlah variabel independen 2, diperoleh nilai DU sebesar 1,6715 dan 4 − DU sebesar 2,3285. Oleh karena itu, diperoleh hasil 1,6715 < 1,753 < 2,3285, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi. Dengan demikian, salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi telah terpenuhi sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut[32].

3. Analisis Regresi Linier Berganda dan Moderasi

Analisis regresi digunakan untuk menguji hubungan serta pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sekaligus menganalisis peran variabel moderasi dalam memengaruhi hubungan antarvariabel dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis statistik. Melalui analisis ini, dapat diketahui besarnya pengaruh *Intellectual Capital* dan *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, serta peran Literasi Keuangan Syariah sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan tingkat sebesar 5% (0,05). Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai lebih kecil dari 0,05, sedangkan hipotesis ditolak apabila nilai lebih besar dari 0,05[32].

1. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974[a]	0.949	0.947	2.048

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,949 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,947. Nilai R Square sebesar 0,949 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen, yaitu *Intellectual Capital* (X1) dan *Knowledge Management* (X2), dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y), sebesar 94,9%. Sementara itu, sisanya sebesar 5,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,947 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, model masih mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 94,7%. Dengan demikian, model regresi memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen[32].

2. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model				Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-7.150	2.135		-3.349	0.001
	Intellectual Capital (X1)	0.800	0.020	0.953	40.422	0.000
	Knowledge Management (X2)	0.156	0.044	0.083	3.525	0.001

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Perisai, Vol 10 (2), October 2026, 128-146
E. ISSN. 2503-3077
Journal Homepage: https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai
DOI Link: https://doi.org/ 10.21070/perisai.v10i2.2078

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel koefisien di atas, diketahui bahwa variabel *Intellectual Capital* (X1) memiliki nilai sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf 0,05, sehingga *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y). Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,800, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada *Intellectual Capital* akan meningkatkan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah sebesar 0,800 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Selain itu, variabel *Knowledge Management* (X2) memiliki nilai sebesar 0,001, yang juga lebih kecil dari taraf 0,05, sehingga *Knowledge Management* berpengaruh positif dan terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y). Nilai koefisien regresi sebesar 0,156 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *Knowledge Management* akan meningkatkan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah sebesar 0,156 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Dengan demikian, hasil uji parsial menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (X1) dan *Knowledge Management* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y). Oleh karena itu, hipotesis H1 yang menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah diterima, dan hipotesis H2 yang menyatakan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah juga diterima. Selain itu, jika dilihat dari nilai *Standardized Coefficients* (Beta), variabel *Intellectual Capital* (β = 0,953) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan *Knowledge Management* (β = 0,083) terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah[32].

3. *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 9. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Model				Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.511	2.882		1.219	0.226
	X1Z	0.000	0.003	0.028	0.123	0.902
	X2Z	0.006	0.003	0.295	2.128	0.036

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada tabel koefisien di atas, diketahui bahwa variabel interaksi *Intellectual Capital* dengan Literasi Keuangan Syariah (X1Z) memiliki nilai sebesar 0,902, yang lebih besar dari taraf 0,05. Dengan demikian, hipotesis ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y). Hal ini juga didukung oleh nilai koefisien interaksi (B) sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa efek moderasi yang dihasilkan sangat kecil [32].

Sementara itu, variabel interaksi *Knowledge Management* dengan Literasi Keuangan Syariah (X2Z) memiliki nilai sebesar 0,036, yang lebih kecil dari taraf 0,05. Dengan demikian, hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah mampu memoderasi hubungan antara *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Y). Nilai koefisien interaksi (B) sebesar 0,006 menunjukkan arah positif, sehingga Literasi Keuangan Syariah memperkuat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Artinya, semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan Syariah yang dimiliki nasabah, maka semakin kuat pengaruh *Knowledge Management* terhadap peningkatan minat menggunakan produk perbankan syariah[32].

Dengan demikian, hasil uji MRA menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak

berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara *Intellectual Capital* dan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, sehingga hipotesis H3 ditolak. Sebaliknya, Literasi Keuangan Syariah terbukti mampu memoderasi hubungan antara *Knowledge Management* dan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah dengan arah moderasi positif, sehingga hipotesis H4 diterima[32].

PEMBAHASAN

Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,800, nilai t-hitung sebesar 40,422, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), sehingga H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *Intellectual Capital* yang dimiliki Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur, maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [21]. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kompetensi sumber daya manusia, sistem organisasi yang baik, serta hubungan yang efektif dengan nasabah mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan masyarakat sehingga mendorong minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini sejalan dengan perspektif *Knowledge-Based View* (KBV) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan sumber daya berbasis pengetahuan merupakan aset strategis yang dapat menciptakan nilai dan keunggulan bagi organisasi. Dalam penelitian ini, *intellectual capital* mampu menciptakan nilai tambah melalui kompetensi sumber daya manusia, efektivitas sistem organisasi, serta kualitas hubungan dengan nasabah yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap variabel yang diteliti[22]. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap variabel yang diteliti [23]. Perbedaan hasil tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan objek penelitian, karakteristik responden, indikator pengukuran, serta konteks variabel yang digunakan. Pada penelitian ini, *intellectual capital* dikaitkan dengan minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah, sehingga kompetensi karyawan, sistem organisasi, dan hubungan dengan nasabah dapat dirasakan melalui kualitas pelayanan dan informasi yang diberikan oleh bank. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan yang menunjukkan adanya pengaruh positif *Intellectual Capital*, meskipun terdapat penelitian terdahulu yang memperoleh arah pengaruh negatif, sehingga pengelolaan *intellectual capital* dalam konteks Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur dapat dipandang sebagai salah satu faktor yang mendorong peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah

Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,156, nilai t-hitung sebesar 3,525, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (<0,05), sehingga H2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *Knowledge Management* di Bank Syariah Indonesia Jawa Timur, maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah[24]. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengelolaan informasi, penyebaran pengetahuan, serta kemampuan pegawai dalam memberikan edukasi kepada nasabah dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat sehingga mendorong minat menggunakan produk perbankan syariah. Temuan ini sejalan dengan perspektif *Knowledge-Based View* (KBV) yang memandang pengetahuan sebagai sumber daya strategis yang dapat dikelola dan dikembangkan untuk menciptakan nilai bagi organisasi. Dalam penelitian ini, penerapan *Knowledge Management* dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah melalui

pengelolaan informasi yang efektif, penyebaran pengetahuan, serta edukasi kepada nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap variabel yang diteliti [25] Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Knowledge Management* berpengaruh negatif terhadap variabel yang diteliti [26]. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, karakteristik responden, indikator pengukuran, serta konteks variabel dependen yang digunakan. Pada penelitian ini, *Knowledge Management* berkaitan langsung dengan bagaimana Bank Syariah Indonesia mengelola dan menyampaikan pengetahuan mengenai produk kepada nasabah, sehingga informasi yang mudah dipahami dan edukasi yang baik dapat meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan ketertarikan masyarakat. Dengan demikian, meskipun terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh negatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *Knowledge Management* yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Peran Literasi Keuangan Syariah dalam Memoderasi Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel interaksi X1Z sebesar 0,000, nilai t-hitung sebesar 0,123, dan nilai signifikansi sebesar 0,902 (>0,05), sehingga H3 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat literasi keuangan syariah tidak mengubah pengaruh *Intellectual Capital* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [27]. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kompetensi sumber daya manusia, sistem organisasi, serta hubungan dengan nasabah tetap dapat mendorong minat menggunakan produk perbankan syariah tanpa dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah. Temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif *Knowledge-Based View* (KBV) yang memandang pengetahuan sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan nilai bagi organisasi [28]. Dalam konteks penelitian ini, *Intellectual Capital* yang terdiri atas *human capital, structural capital,* dan *relational capital* telah mampu memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat melalui kualitas pelayanan, sistem organisasi, dan hubungan dengan nasabah, sehingga keberadaan literasi keuangan syariah tidak mengubah hubungan tersebut. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah mampu memperkuat pengaruh *Intellectual Capital* terhadap variabel yang diteliti. Sebaliknya, penelitian terdahulu lainnya menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah dapat memperlemah hubungan antara *Intellectual Capital* dan variabel terkait [29]. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, karakteristik responden, indikator pengukuran, serta konteks hubungan antarvariabel. Pada penelitian ini, nasabah BSI di Jawa Timur cenderung dapat merasakan manfaat *Intellectual Capital* secara langsung melalui kompetensi karyawan, sistem pelayanan, dan hubungan dengan bank, sehingga tingkat literasi keuangan syariah tidak menjadi faktor yang memperkuat maupun memperlemah pengaruh tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah belum berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Intellectual Capital* dan Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Peran Literasi Keuangan Syariah dalam Memoderasi Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah mampu memoderasi pengaruh *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *koefisien regresi* variabel interaksi X2Z sebesar 0,006, nilai t-hitung sebesar 2,128, dan nilai signifikansi sebesar 0,036 (<0,05), sehingga H4 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat

literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah, maka semakin kuat *pengaruh Knowledge Management* terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah [25]. Temuan ini sejalan dengan perspektif *Knowledge-Based View* (KBV) yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan sumber daya strategis yang dapat menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif apabila dikelola serta dimanfaatkan secara efektif. Dalam konteks penelitian ini, *Knowledge Management* memungkinkan Bank Syariah Indonesia untuk mengelola, menyebarkan, dan mengembangkan informasi mengenai produk dan layanan syariah, sedangkan Literasi Keuangan Syariah membantu nasabah dalam memahami, menginterpretasikan, dan memanfaatkan pengetahuan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah mampu memperkuat hubungan antara *Knowledge Management* dan minat atau perilaku penggunaan produk keuangan syariah [30]. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah justru dapat memperlemah hubungan antara *Knowledge Management* dengan variabel yang diteliti [31]. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, karakteristik responden, indikator pengukuran, serta konteks variabel yang digunakan. Pada penelitian ini, nasabah yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah lebih tinggi cenderung lebih mampu memahami informasi, edukasi, dan pengetahuan mengenai produk yang disampaikan oleh Bank Syariah Indonesia. Kondisi tersebut membuat proses pengelolaan dan penyebaran pengetahuan melalui *Knowledge Management* menjadi lebih efektif dalam membentuk ketertarikan nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berperan sebagai variabel yang memperkuat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, meskipun terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan arah moderasi yang berbeda.

IV. simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* dan *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah pada Bank Syariah Indonesia di Jawa Timur. Sementara itu, Literasi Keuangan Syariah tidak mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, namun mampu memperkuat pengaruh *Knowledge Management* terhadap minat tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya intelektual, pengelolaan pengetahuan, serta literasi keuangan syariah merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu jumlah responden yang terbatas pada 100 orang pemilik rekening aktif Bank Syariah Indonesia (BSI) di Jawa Timur, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan kondisi seluruh nasabah BSI secara lebih luas. Selain itu, pengumpulan data dilakukan melalui Google Forms sehingga peneliti tidak dapat mengawasi responden secara langsung dalam proses pengisian kuesioner. Kondisi tersebut memungkinkan adanya perbedaan pemahaman responden terhadap pernyataan kuesioner dan dapat memengaruhi ketepatan jawaban yang diberikan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden dan memperluas wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi nasabah Bank Syariah Indonesia secara lebih luas. Selain itu, pengumpulan data sebaiknya dilakukan secara langsung atau dikombinasikan dengan Google Forms agar peneliti dapat memberikan penjelasan kepada responden apabila terdapat pernyataan yang kurang dipahami, sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

Referensi

Y. Ainolyaqin, "Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 1, p. 1130, 2024, doi:

10.29040/jiei.v10i1.12117.
M. Fauzi and D. Agustin, "Saving in Islamic Banks: Encouragement of Islamic Financial Literacy," *Journal of Management and Islamic Finance*, vol. 3, no. 2, pp. 162–171, 2023, doi: 10.22515/jmif.v3i2.7334.
Khairunnisa and N. Hanifah, "Analisis Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah Serta Faktor yang Memengaruhinya," *Jurnal Istiqro*, vol. 11, no. 1, pp. 42–49, 2025, doi: 10.30739/istiqro.v11i1.3380.
Syahputra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kisaran Kota Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia," *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 1, pp. 45–55, 2025, doi: 10.56114/al-sharf.v6i1.12216.
H. F. Harahap and Marliyah, "Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 262–268, 2024.
L. Aroof, I. Fakhruddin, A. Kusbandiyah, and I. Hapsari, "The Influence of Intellectual Capital, Shariah Compliance and Islamicity Performance Index on the Financial Performance of Islamic Commercial Banks," *Jurnal Multidisiplin Madani*, vol. 3, no. 3, pp. 529–540, 2023, doi: 10.55927/mudima.v3i3.2436.
G. D. Rohman and W. Junio, "Intellectual Capital Efficiency and Sharia Banking Performance in Indonesia: Insights from 2015 to 2022," *Journal of Islamic Economic and Business Research*, vol. 5, no. 1, pp. 154–174, 2025, doi: 10.18196/jiebr.v5i1.298.
T. S. Sutjipto and T. S. Hadi, "Investment in Intellectual Capital and Its Impact on the Profitability of Islamic Banks in Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, vol. 34, no. 2, pp. 318–338, 2024, doi: 10.20473/jeba.v34i22024.318-338.
L. Amaliawiati and Aam, "Knowledge Management, Innovation, and Islamic Banking," *Journal of Islamic Economic Literatures*, vol. 3, no. 1, 2022, doi: 10.58968/jiel.v3i1.78.
M. Radhiansyah and D. Sushandoyo, "Knowledge Management Readiness Assessment in the Internal Audit Division of Bank Sinar Syariah," *International Journal of Current Science Research and Review*, vol. 7, no. 8, pp. 6318–6335, 2024, doi: 10.47191/ijcsrr/v7-i8-45.
M. B. D. Sumaila, "Justisia Ekonomika," *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 6, no. 1, pp. 440–453, 2022.
V. Y. A., A. W. Bustami, and A. M. Ardo, "Islamic Banking Innovation and Customer Satisfaction: A Case Study of Indonesia and Nigeria," *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 90–110, 2025, doi: 10.35905/banco.v7i1.11018.
R. Safitri, A. Malik, K. Amrullah, and M. I. Malang, "How Islamic Financial Literacy Shapes Customer Attitude, Subjective Norm, And Perceived Behavioral Control In Using Islamic Banks In Indonesia," vol. 13, no. 2, pp. 182–207, 2025.
Nonci, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Peningkatan Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kabupaten Barru," *Jurnal Ilmiah Ekomen*, 2023.
R. Anjani, A. Maulana, P. S. Akuntansi, U. Pembangunan, and N. Veteran, "Predicting Interest In Islamic Banking Services: The Roles Of Islamic Financial Literacy, Religiosity, And Perception With Accounting Information As A," vol. 9, no. 2, pp. 49–73, 2025.
G. D. Rohman and W. Junio, "Intellectual Capital Efficiency and Sharia Banking Performance in Indonesia: Insights from 2015 to 2022," *Journal of Islamic Economic and Business Research*, vol. 5, no. 1, pp. 154–174, 2025, doi: 10.18196/jiebr.v5i1.298.
Z. Azmi, R. B. Y. Aprian, D. P. R. Arinji, and A. Putri, "Intellectual Capital Di Indonesia: Tinjauan Literatur," *Journal Of Business Economics and Management*, vol. 2, no. 1, pp. 1501–1508, 2025.
V. Y. A., A. W. Bustami, and A. M. Ardo, "Islamic Banking Innovation and Customer Satisfaction: A Case Study of Indonesia and Nigeria," *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 90–110, 2025, doi: 10.35905/banco.v7i1.11018.
S. Rahayu, D. S. Tullah, S. Suginam, and S. Nur, "Digitalization, AI, and Service Quality in Islamic Banks: Customer Satisfaction and Knowledge as Parallel Mediators of Customer-

Perceived Financial Performance," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, vol. 13, no. 3, pp. 611–616, 2025, doi: 10.37641/jiakes.v13i3.3762.

M. S. Moron, W. Yuwono, and E. Kesumahati, "Integrating the Knowledge-Based View and International Strategy: The Mediating Role of Innovation on MSME Performance in Indonesia," *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, vol. 6, no. 3, pp. 572–595, 2025.

R. Hidayah and A. P. Lutfiani, "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan," vol. 20, pp. 94–104, 2024.

P. Yasmin, "Pengaruh Rotasi KAP, Tenure Audit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Manufaktur," *Journal of Culture Accounting and Auditing*, vol. 2, no. 1, p. 13, 2023, doi: 10.30587/jcaa.v2i1.4839.

R. Adinda and I. Syafrida, "Pengaruh Enterprise Risk Management dan Islamicity Performance Index terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah dengan Intellectual Capital sebagai Variabel Moderasi," 2023.

T. P. Dewi, R. Kusumadewi, and A. A. Yusuf, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, vol. 3, no. 1, 2024, doi: 10.24260/jkubs.v3i1.2671.

N. Fitrah, I. Pakawaru, and N. Munir, "Pengetahuan dan Literasi Digital Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Syariah," *JARIYAH: Jurnal Ilmu Akuntansi dan Keuangan Syariah*, vol. 2, no. 2, pp. 352–371, 2025.

Rismawati, I. F. Sudirman, and S. M. Jalaludin, "Peran Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Financial Awareness Bagi Mahasiswa Perbankan Syariah dengan Pemanfaatan Produk Bank Syariah," *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, vol. 11, no. 1, pp. 50–61, 2025.

M. I. Nurhab and B. Nurhab, "Literasi Keuangan Syariah Sebagai Determinan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia," pp. 498–510, 2025.

D. I. Sari and J. Afandy, "Minat Menabung di Bank Syariah Ditinjau dari Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan dan Religiusitas," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 3, pp. 2428–2437, 2024.

Zulfayani et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, vol. 6, no. 2, pp. 201–207, 2023, doi: 10.57093/metansi.v6i2.223.

H. Harianja, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan," vol. 1, no. 3, pp. 312–324, 2023.

V. N. Juli, S. Rahayu, A. Aziz, and N. E. Setiowati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Syariah di Kecamatan Majalengka," vol. 4, no. 1, pp. 1–22, 2025.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2020.

N. B. Syariah, M. Khaddafi, R. Z. Daulay, I. Wahyuni, and E. D. Soraya, "Pengaruh Kualitas Layanan Akuntansi Syariah Terhadap Kepercayaan," vol. 2, no. 10, 2024.

BSI, "BSI Perkuat Penetrasi Keuangan Syariah di Jawa Timur," 2026. [Online]. Available: https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-perkuat-penetrasi-keuangan-syariah-di-jawa-timur

O. Permata, I. Wahyudi, and W. Tiswiyanti, "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kota Jambi)," *Jambi Accounting Review (JAR)*, vol. 1, no. 3, pp. 231–244, 2020, doi: 10.22437/jar.v1i3.13567.

N. Bontis, "Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures and Models," *Management Decision*, vol. 36, no. 2, pp. 63–76, 1998, doi: 10.1108/00251749810204142.

T. A. Stewart, *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York, NY, USA: Doubleday/Currency, 1997.

H. Gold, A. Malhotra, and A. H. Segars, "Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective," *Journal of Management Information Systems*, vol. 18, no. 1, pp.

185–214, 2001, doi: 10.1080/07421222.2001.11045669.
R. Netemeyer and M. Van Ryn, "The Theory of Planned Behavior," 1991.
S. J. Huston, "Measuring Financial Literacy," *Journal of Consumer Affairs*, vol. 44, no. 2, pp. 296–316, 2010.
Lusardi and O. S. Mitchell, "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence," *Journal of Economic Literature*, vol. 52, no. 1, pp. 5–44, 2014.