

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tantangan

Tantangan adalah masalah atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan untuk mengatasi masalah, artinya sebuah hal akan menyebabkan kita semakin tekad dalam melakukan sesuatu yang mengarah pada yang lebih banyak penentuan hasil dan mencapai hasil.<sup>14</sup> Tantangan merupakan ujian terhadap kemampuan dan kreativitas individu maupun kelompok dalam menanggapi perubahan yang tidak terduga.<sup>15</sup> Tantangan ada suatu kondisi atau situasi yang mengharuskan individu atau kelompok mengeluarkan usaha lebih untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kehidupan sosial dan individu, tantangan seringkali muncul sebagai bentuk hambatan atau kesulitan yang mendorong adaptasi, inovasi atau perubahan sikap.<sup>16</sup>

Tantangan dapat dipahami sebagai dorongan yang memicu tekad untuk berkembang dan mencapai hasil yang lebih baik. Situasi ini menuntut kemampuan, kreativitas, dan usaha ekstra, baik secara individu maupun kelompok, dalam menghadapi perubahan atau hambatan. Dalam

---

<sup>14</sup>Yola Gabriel Turnip dan Mariana Simanjuntak, "Menganalisis Tantangan dan Strategi dalam Perancangan Pekerjaan di Era Digital," *Jurnal Multidisiplin Saintek* 3, no. 10 (2024).

<sup>15</sup>Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Management* (Boston: Pearson, 2018), 145.

<sup>16</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Ilmu Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007).

kehidupan, tantangan sering menjadi pemicu munculnya adaptasi, inovasi, dan perubahan sikap menuju arah yang lebih positif.

Hambatan tantangan pengguna aplikasi perbankan digital di Indonesia yaitu :

#### 1. Hambatan Teknis

Salah satu hambatan utama yang dihadapi pengguna adalah masalah teknis, termasuk gangguan sistem, ketidakstabilan jaringan internet di beberapa wilayah, khususnya di daerah terpencil. Ketika sistem mengalami gangguan, proses transaksi menjadi terhambat dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap layanan digital.

#### 2. Kurangnya Literasi Digital

Meskipun digitalisasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan, realitanya tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi ini. Banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, masih terdapat kesenjangan digital yang cukup besar. Masyarakat di daerah terpencil mungkin tidak memiliki akses layanan keuangan digital. Selain itu, kelompok lansia dan masyarakat dengan literasi rendah juga sering kali kesulitan beradaptasi dengan perubahan ini, yang pada akhirnya dapat membuat mereka semakin terpinggirkan secara ekonomi.

#### 3. Keamanan dan Privasi

Dengan meningkatnya penggunaan layanan keuangan berbasis digital, resiko peretasan, pencurian data, dan penipuan siber juga semakin tinggi. Banyak kasus di mana data pribadi pengguna bocor akibat serangan siber atau kelalaian penyedia layanan keuangan dalam melindungi informasi nasabah.

#### 4. Ketergantungan Pada Perangkat dan Koneksi Internet

Digitalisasi keuangan sangat bergantung pada infrastruktur teknologi, termasuk koneksi internet, perangkat lunak, dan sistem perbankan digital. Gangguan teknis, seperti server down atau kegagalan sistem, dapat menghambat transaksi keuangan dan menyebabkan kerugian bagi pengguna. Selain itu, ketergantungan pada teknologi juga membuat sistem keuangan lebih rentan terhadap serangan siber berskala besar yang dapat mengganggu stabilitas ekonomi suatu Negara.<sup>17</sup>

Masalah yang sering dialami oleh tantangan pengguna aplikasi perbankan adalah sebagai berikut :

##### a. Keamanan Data dan Privasi Pengguna :

- 1) Ancaman dari serangan perangkat lunak/perusak/dunia maya, ini terus tumbuh mengenai keamanan data pengguna.
- 2) Non-pelanggaran peraturan perlindungan data, keberadaan peraturan perlindungan data seperti GDPR Eropa dan CCPA

---

<sup>17</sup>Dwikh, "Kritik Terhadap Digitalisasi Keuangan,"kompasiana, 28 Juni 2023, <https://www.kompasiana.com/dwikh/67b4e66c925c455d543f2a2/kritik-terhadap-digitalisasi-keuangan>.

California memberi tekanan pada organisasi untuk memenuhi standar ketat yang terkait pengumpulan dan penyimpanan data.

- 3) Menggunakan data besar /Big Data/, untuk analisis data adalah risiko, terutama jika tidak dikelola dengan baik, maka perlindungan data tidak akan baik.
  - 4) Data serangan cerdas, ancaman ini dapat membahayakan pengguna dengan mengakses data pribadi
  - 5) Kurangnya pengakuan pengguna, banyak pengguna tidak sepenuhnya menyadari risiko keamanan dan tidak menerapkan prosedur keamanan yang sesuai.<sup>18</sup>
- b. Tantangan utama yang dihadapi oleh perbankan dalam menerapkan sistem keamanan siber yang efektif :
- 1) Serangan DDoS (Distributed Denial of Service) merupakan upaya membanjiri server atau jaringan dengan lalu lintas palsu yang mengganggu layanan. Dalam perbankan, serangan ini bertujuan melumpuhkan situs dan layanan pelanggan, menghambat transaksi penting, atau mengalihkan perhatian dari serangan lain seperti pencurian data dan ransomware. Kompleksitasnya meningkat dengan penggunaan robot network, membuat

---

<sup>18</sup>Bayu Aji, "Tantangan dan Solusi Terkait dengan Keamanan Data dan Privasi Pengguna," artikel, Informatika, (2024).

serangan ini sensitif, tersebar luas, dan sulit dibedakan dari aktivitas legal.

- 2) Keterbatasan sumber daya dan keterampilan menjadi tantangan utama dalam menjaga keamanan siber. Lembaga keuangan harus melindungi banyak data sensitif, namun sering terkendala anggaran dan kekurangan tenaga ahli. Hal ini menjadi persoalan serius di tengah meningkatnya risiko siber. Lembaga kecil paling terdampak, karena keterbatasan mereka dalam berinvestasi pada sistem keamanan. Selain itu, mereka juga dibebani tuntutan untuk mematuhi regulasi perlindungan data yang semakin kompleks.
- 3) Peraturan dan kepatuhan menjadi tantangan besar bagi industri perbankan dalam menjaga keamanan siber. Perubahan standar hukum yang terus berkembang menuntut penyesuaian berkelanjutan. Otoritas pengawas global fokus melindungi kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan sistem keuangan. Namun, masih terdapat kesenjangan antara kepatuhan secara teori dan hasil nyata dalam penerapan keamanannya.<sup>19</sup>

Adapun 3 (tiga) tantangan perbankan di era digital :

- a) Tantangan keamanan siber, Tantangan keamanan siber meningkat seiring berkembangnya digitalisasi perbankan, yang juga

---

<sup>19</sup>Diny Widya Evriyanti Simatangkir, Eka Febriantika Nur Affifah, dan Nafiza Salsabila Faliha, "Keamanan Siber dalam Perbankan serta Tantangan dan Solusi di Era Digital," Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik 2, no. 1 (2025): 38–39.

membuka lebih banyak celah bagi peretas. Serangan umum melibatkan akses ke data atau sistem komputer, kemudian meminta tebusan agar data dapat dipulihkan. Untuk itu, OJK mewajibkan perbankan digital menjaga keamanan data nasabah sebagai bentuk perlindungan.

- b) Keamanan data pelanggan, masalah keamanan data sangat penting bagi bank karena menyangkut informasi transaksi yang dikirim oleh nasabah. Untuk mengatasi hal ini, OJK mengeluarkan regulasi, salah satunya POJK No. 22 Tahun 2023, yang mewajibkan pelaku jasa keuangan (PUJK) menjaga ketahanan siber dan melindungi sistem informasi serta konsumen. Aturan ini diharapkan dapat meningkatkan keamanan data dan kualitas layanan perbankan.
- c) Manajemen Risiko, Manajemen risiko menjadi tantangan penting bagi sektor perbankan, terutama terkait penggunaan teknologi dan potensi kehilangan data. Hal ini menegaskan perlunya penguatan sistem keamanan serta pemantauan dan pengendalian yang efektif. Bank juga harus memastikan pihak ketiga yang menyimpan data nasabah memenuhi standar keamanan guna meminimalkan risiko.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Madhava, Tantangan Perbankan di Era Digital (2024).

Tantangan dalam perbankan digital mencakup aspek teknis, rendahnya literasi digital, serta kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data. Di sisi lain, lembaga perbankan juga menghadapi serangan siber, keterbatasan sumber daya, dan kompleksitas regulasi. Oleh karena itu, diperlukan sistem keamanan yang kuat, peningkatan edukasi digital, serta kepatuhan terhadap regulasi untuk menjaga kepercayaan nasabah dan mendukung keberlanjutan layanan perbankan digital.

## **B. Faktor-faktor yang dapat Mempengaruhi Usaha Bank**

### 1. Faktor Internal

- a. Produk Bank, produk/jasa perbankan (Produk alternatif) yang diberikan kepada pemerintah daerah agar bank dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Jika masyarakat semakin akrab dan terbiasa, dana yang masuk ke bank akan semakin meningkat.
- b. Pedoman persetujuan produk bank menawarkan pembagian keuntungan yang tinggi dan tingkat pembagian keuntungan yang rendah kepada orang di samping keinginan pelanggan, tingkat bunga pelanggan memutuskan untuk menyimpan uang di bank dan memenangkan Iotre/harga/fasilitas lainnya.
- c. Mutu pelayanan, mutu pelayanan (pelayanan prima, ramah, sopan) akan mempengaruhi kepentingan masyarakat menggunakan layanan perbankan tertentu.

- d. Suasana kantor bank, suasana kantor nyaman, sejuk, ramah dan indah, membuat nasabah merasakan rasa kebersamaan.
- e. Lokasi kantor, lokasi kantor strategis, akses mudah, tidak ramai, orang dari keramaian, apalagi di daerah yang selalu ramai, lingkungan yang aman sangat penting.
- f. Reputasi bank lebih persuasif di masyarakat untuk menentukan pilihan seleksi.<sup>21</sup>

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal perbankan adalah elemen di luar kendali langsung bank yang memengaruhi operasionalnya, khususnya kondisi makroekonomi seperti inflasi, suku bunga, dan nilai tukar. Ketidakseimbangan antara jumlah uang dan ketersediaan barang dapat memicu inflasi dan fluktuasi ekonomi, yang pada akhirnya berdampak pada nilai tukar mata uang. Sebagai respons, Bank Indonesia akan menyesuaikan suku bunga acuan untuk menjaga stabilitas makroekonomi.<sup>22</sup>

Kelangsungan usaha bank sangat ditentukan oleh perpaduan antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi mutu produk, pelayanan, lokasi kantor, suasana lingkungan, serta reputasi

---

<sup>21</sup>Andi Prayoga, Tantangan dan Strategis Bank dalam Mencari Nasabah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bandara Jaya) (2015), 27.

<sup>22</sup>Nyoman Kesumayuda, Made Suyana Utama, dan Purbadharmaja, "Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Pembangunan Daerah di Indonesia Periode 2010–2013," *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* 21, no. 1 (Februari 2016): 29.

yang membentuk kepercayaan nasabah. Sementara itu, faktor eksternal seperti inflasi, suku bunga, dan nilai tukar memengaruhi stabilitas ekonomi yang berdampak pada operasional bank. Keseimbangan dalam mengelola kedua aspek ini menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha perbankan.

### C. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah kepercayaan dari pihak tertentu dalam implementasi hubungan bisnis berdasarkan faith, dimana sepenuhnya puas.<sup>23</sup> kepercayaan adalah bahwa semua pengetahuan tentang konsumen tentang objek, atribut, dan manfaat. kepercayaan adalah ranah psikologis yang merupakan masalah berdasarkan harapan perilaku baik orang lain.<sup>24</sup>

Kepercayaan adalah kepercayaan pada pihak-pihak yang dapat dipercaya, hubungan dan kepercayaan pihak-pihak lain dalam daya tahan dan integritas pihak-pihak lain dalam kepercayaan, tempat mencapai kepentingan terbaik bagi mereka yang dapat dipercaya, ada empat indikator kepercayaan yaitu:

---

<sup>23</sup>Yohanes Y. Subiyantoro, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Berperilaku (WOW) Mahasiswa (Studi pada Pengguna Laboratorium Komputer STIKOM Surabaya) (2012), 48.

<sup>24</sup>Risatri Gusmahansyah, Hapzi Ali, dan Kasful Anwar Us, "Literature Review Sistem Berpikir Kebenaran Pendidikan Islam: Pengetahuan, Kepercayaan, Relativitas, Nilai dan Moralitas," *Jurnal Ilmu Humaniora dan Politik* 2 (2022): 112.

- a. Keandalan-keandalan konsisten di banyak pengukuran. Keandalan harus mengukur konsisten perusahaan ketika menjalankan bisnis sejak tahun terakhir.
- b. Karena integritas, perusahaan/pemasar menyediakan layanan kepada atau konsumen yang memenuhi informasi perusahaan /pemasar.
- c. Kekhawatiran bisnis/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan–keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.
- d. Kredibilitas kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.<sup>25</sup>

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan adalah pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajiban secara baik sesuai yang diharapkan.<sup>26</sup> Kepercayaan adalah akan ada ketika suatu pihak mempunyai kepercayaan yang akan merubah keadaan dan integritas mitra.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Risatri Gusmahansyah, Hapzi Ali, dan Kasful Anwar Us, "Literature Review Sistem Berpikir Kebenaran Pendidikan Islam: Pengetahuan, Kepercayaan, Relativitas, Nilai dan Moralitas," *Jurnal Ilmu Humaniora dan Politik 2* (2022): 117.

<sup>26</sup>Carlos Flavian dan Miguel Guinaliu, "Kepercayaan Konsumen, Persepsi Keamanan, dan Kebijakan Privasi: Tiga Elemen Dasar Loyalitas terhadap Situs Web," *Industrial Management and Data Systems* 106, no. 5 (2006): 601–620.

<sup>27</sup>Muhammad Jafar, *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, edisi revisi (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2012), 45.

Maka dari itu, kepercayaan adalah kepercayaan antara pihak dengan pihak yang lain terutama dalam hal bisnis/pemasaran karena ini merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen suatu bisnis/pemasara. Juga kepercayaan yang merupakan rasa percaya Nasabah pada perbankan karena Nasabah merasa yakin pihak perbankan mampu memberikan nilai melebihi rapannya.<sup>28</sup>

Kepercayaan dalam konteks bisnis dan pemasaran merupakan landasan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumennya. Kepercayaan terbentuk dari persepsi terhadap keandalan, integritas, kepedulian terhadap konsumen, dan kredibilitas kualitas yang dimiliki suatu pihak. Dalam dunia perbankan, kepercayaan tercipta ketika nasabah merasa yakin bahwa layanan yang diberikan tidak hanya dapat diandalkan, tetapi juga mampu memenuhi harapan secara konsisten dan transparan.

#### **D. Faktor – faktor Membentuk Kepercayaan dan Jenis Kepercayaan**

Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan yaitu:

Pertama, kemampuan. Karena kepercayaan adalah dominan khusus, individu membutuhkan kepercayaan pada kinerja. Faktor pengalaman dan bukti kinerja akan menjadi dasar munculnya kepercayaan orang lain

---

<sup>28</sup>Noviana Nurul Ulfah, Taufik Rahman, dan Kiswanul Arifin, "Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BPR Muara Uya," Jurnal JAPB 3, no. 2 (2020): 481.

terhadap individu. kemampuan meliputi kompetensi, pengalaman, persetujuan institusi, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

Kedua, Integritas. Integritas terlihat dari konsistensi antara tuturan dan tindakan tutur serta nilai-nilai yang dimilikinya. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan integritas, namun integritas memerlukan tekad angkat dengan tekanan. Integritas dapat ditampilkan dari sudut pandang keadilan, pemenuhan, loyalitas, keterbukaan, ketergantungan dan keandalan.

Ketiga, Kebaikan. Kebaikan berhubungan dengan niat. Kehadiran minat pada satu orang dalam interaksi dengan orang lain. Halaman memberitahunya untuk memikirkan orang lain, dan memberinya percaya atau tidak pada kebijakan termasuk perhatian, empati, kepercayaan, dan penerimaan kekuasaan.

Kehadiran beberapa faktor yang disebutkan dapat diselesaikan. Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan antara individu dan lainnya adalah faktor untuk kompetensi, integritas dan faktor yang baik. Banyak pendapat para ahli dalam penulis akan menjelaskan analisis penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti dan ahli lainnya.<sup>29</sup>

Jenis-jenis kepercayaan yaitu:

Keyakinan tentang sifat-sifat suatu benda, yaitu pengetahuan, suatu benda yang mempunyai sifat-sifat khusus. Konsumen

---

<sup>29</sup>Khan dan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Pustaka Ilmu, (2019), 65.

mengasosiasikan suatu atribut dengan objek tertentu, seperti orang, produk, atau layanan, dan menunjukkan apa yang dia ketahui. Ketentuan atribut mencari seseorang dengan layanan produk lain untuk menyelesaikan setiap masalah yang muncul dan memenuhi kebutuhan konsumen. Produk mempunyai atribut yang menawarkan manfaat yang terkenal. Keyakinan manfaat merujuk pada penilaian konsumen terhadap seberapa jauh atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu. Kepercayaan terhadap keunggulan suatu benda merupakan persepsi konsumen mengenai seberapa besar suatu produk, orang, atau jasa tertentu menawarkan manfaat tertentu.<sup>30</sup>

Kepercayaan terbentuk melalui tiga unsur utama, yaitu kemampuan, integritas, dan kebaikan. Kemampuan mencerminkan kompetensi dan pengalaman yang dapat diandalkan, integritas terlihat dari keselarasan antara nilai dan tindakan, sedangkan kebaikan mencakup niat baik, empati, dan perhatian terhadap orang lain. Selain itu, kepercayaan juga berkaitan dengan keyakinan konsumen terhadap sifat, manfaat, dan keunggulan suatu produk atau layanan, yang dinilai mampu memenuhi kebutuhan serta memberikan nilai sesuai harapan.

---

<sup>30</sup>Agustinus Widyartono, "Pengaruh Faktor-Faktor dalam Trust dan Perceived Value terhadap E-WOM pada Situs Belanja Online di Kota Palembang," artikel, vol. 32, no. 5.

## E. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Nasabah adalah sebagai berikut:

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam pembentukan persepsi positif nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif menjadi indikator utama yang dinilai oleh nasabah dalam berinteraksi dengan bank. Nasabah cenderung mempercayai institusi yang mampu memberikan solusi atas kebutuhan finansial mereka secara efisien dan profesional.<sup>31</sup>

### 2. Reputasi Bank

Reputasi Bank juga memainkan peran besar dalam membangun kepercayaan. Reputasi dibentuk melalui pengalaman nasabah, pemberitaan di media, serta penilaian dari lembaga-lembaga pemeringkat. Reputasi yang positif menciptakan persepsi keamanan dan keandalan yang lebih tinggi.<sup>32</sup>

### 3. Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi menjadi perhatian utama di era digital. Dengan meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital seperti

---

<sup>31</sup>Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 159.

<sup>32</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 181.

mobile banking dan internet banking, keamanan sistem informasi menjadi krusial.<sup>33</sup>

Kepercayaan nasabah terhadap bank dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, di antaranya kualitas pelayanan, reputasi lembaga, dan keamanan transaksi. Pelayanan yang cepat dan profesional menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Reputasi yang baik menumbuhkan rasa aman dan keandalan, sementara sistem keamanan yang terjamin pada layanan digital menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan di tengah kemajuan teknologi perbankan.

#### **F. Kepercayaan Digital**

Kepercayaan digital dapat disebut sebagai kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kemampuan pelaku teknologi, dan proses membangun jaringan bisnis yang andal dan aman. Mereka menemukan bahwa kepercayaan digital secara signifikan meningkatkan keterbukaan terhadap inovasi. Selain itu, realisasi kapasitas serap, potensi kapasitas serap, dan organisasi teknologi mediasi hubungan antara kepercayaan digital dan inovasi terbuka suatu perusahaan.

Kepercayaan digital mengacu pada hubungan antara seseorang dan badan intelijen independen yang sebelumnya terdaftar di lingkungan digital. Dalam lingkungan digital, seseorang mempercayai agen, hal ini

---

<sup>33</sup>Rini Yulfiah, "Pengaruh Keamanan dan Kemudahan terhadap Kepercayaan Nasabah Pengguna Internet Banking," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (2020): 33–45.

menunjukkan bahwa agen dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari prinsipal dengan melakukan perdagangan atas nama prinsipal di lingkungan digital, mengoptimalkan interaksi antara pembeli dan penjual pasti akan berujung pada keracunan konsep transaksi. Transaksi dalam lingkungan ini bukanlah fakta dari setiap transaksi melainkan seseorang yang memilih agen.

Model kepercayaan merupakan salah satu model pertama di dunia digital agen tal. Dalam model ini, tiga jenis hubungan kepercayaan dapat didefinisikan: kepercayaan antar agen manusia, kepercayaan antar agen antara agen buatan dan agen manusia, dan kepercayaan antara agen buatan. Karena model ini dapat mendefinisikan tiga hubungan kepercayaan yang berbeda, maka ini adalah model kepercayaan digital.<sup>34</sup>

Maka dari itu, kepercayaan digital secara signifikan meningkatkan keterbukaan inovasi. Kepercayaan digital mengacu pada hubungan antara seseorang dan agen intelijen independen yang mantap terdaftar di lingkungan digital. Dalam lingkungan digital, seseorang mempercayai sesuatu agen dan dari agen mereka bisa lebih percaya dengan digital. Dalam model ini, tiga jenis hubungan kepercayaan dapat didefinisikan: kepercayaan antar agen manusia, kepercayaan agen antara agen buatan dan agen manusia, dan kepercayaan antara agen buatan.

---

<sup>34</sup>Yuanyuan Guo, "Digital Trust and the Reconstruction of Trust in the Digital Society: An Integrated Model Based on Trust Theory and Expectation Confirmation Theory," *Digital Government: Research and Practice* 3, no. 4, artikel 26 (2022): 3.

## G. Elemen Kepercayaan

Elemen kepercayaan dibagi menjadi lima (5) bagian di antaranya sebagai berikut :

- a. Konsistensi. Sebuah konsep yang umum dalam definisi kepercayaan. Konsisten berarti pesan yang disampaikan kepada khalayak yang berbeda (misalnya orang tua, staf medis, pelajar, dan masyarakat) memiliki makna yang sama. Prediktabilitas juga mengurangi tingkat
- b. Ancaman yang dirasakan, dan kontra. Oleh karena itu, Konsistensi dapat menciptakan rasa aman yang lebih besar. Meskipun demikian, Konsistensi saja tidak cukup untuk membangkitkan kepercayaan.
- c. Kasih sayang. Kepedulian berperan penting dalam membangun kepercayaan, karena hubungan tanpa rasa aman cenderung dihindari. Ketika seseorang merasa dilindungi dan tidak dirugikan, mereka lebih bersedia terlibat. Sikap ini juga mencerminkan perhatian terhadap lingkungan sosial yang lebih luas seperti keluarga, teman, dan rekan kerja.
- d. Komunikasi. Meminta umpan balik mencerminkan keterbukaan dan mendorong terbentuknya kepercayaan karena melibatkan kerentanan tanpa takut disalahgunakan. Kesetiaan terhadap ketidakhadiran, kejelasan harapan, kesediaan untuk meminta maaf, serta pemberian umpan balik yang jujur merupakan tindakan yang memperkuat kepercayaan. Keterbukaan dalam berbagi informasi juga

menunjukkan keyakinan bahwa informasi tersebut tidak akan dimanfaatkan secara negatif.

- e. Koptensi. Mengkomunikasikan niat baik secara konsisten adalah penting dan tidak cukup untuk mengembangkan kepercayaan tanpa perilaku yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan tersebut. Kompetensi, diartikan sebagai pelaksanaan tanggung jawab peran individu yang sangat penting.

Kepercayaan terbentuk melalui kombinasi dari konsistensi, kasih sayang, komunikasi, dan kompetensi. Konsistensi membantu menciptakan rasa aman karena pesan yang disampaikan tetap seragam kepada semua pihak. Kasih sayang memperkuat hubungan melalui kepedulian dan rasa saling melindungi. Komunikasi yang terbuka mencerminkan kejujuran dan kesiapan menerima umpan balik tanpa rasa takut. Sementara itu, kompetensi menunjukkan kemampuan nyata dalam menjalankan tanggung jawab secara profesional. Keempat elemen ini saling mendukung dalam membangun kepercayaan yang kuat dan berkelanjutan.