



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 9126-9132

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Kepercayaan Sosial (Social Trust) sebagai Modal Dasar dalam Sistem Ekonomi Digital

Fitria Tri Wahyuni¹, Nur Alia Marta², Varisa Afriani Putri³, Ansharullah⁴

¹⁻⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

¹12410624806@students.uin-suska.ac.id, ²12410624117@students.uin-suska.ac.id, ³12410623323@students.uin-suska.ac.id,

⁴ansharullah@uin.suska.ac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola interaksi ekonomi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem yang berbasis teknologi digital. Dalam ekosistem ini, kepercayaan sosial (social trust) menjadi faktor fundamental yang menentukan keberhasilan transaksi, partisipasi pengguna, serta keberlanjutan aktivitas ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepercayaan sosial sebagai modal dasar dalam mendukung perkembangan ekosistem ekonomi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur (literature review) dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah berupa jurnal nasional dan internasional, buku, serta publikasi akademik yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa kepercayaan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan masyarakat dalam berbagai aktivitas ekonomi digital, seperti perdagangan elektronik, layanan keuangan digital, dan platform berbasis aplikasi. Kepercayaan mampu mengurangi ketidakpastian dan risiko transaksi, meningkatkan rasa aman, serta memperkuat hubungan antara pengguna, penyedia layanan, dan platform digital. Selain itu, keamanan sistem, perlindungan data pribadi, transparansi informasi, reputasi platform, serta tingkat literasi digital masyarakat menjadi faktor utama dalam pembentukan kepercayaan pengguna. Dalam konteks ekonomi digital, kepercayaan tidak hanya bersifat interpersonal, tetapi juga mencakup kepercayaan terhadap institusi dan teknologi (digital trust). Di Indonesia, pembangunan kepercayaan sosial masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital dan meningkatnya ancaman kejahatan siber. Kolaborasi seluruh pihak sangat diperlukan untuk mewujudkan ekosistem digital yang aman, terpercaya, inklusif, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: Kepercayaan Sosial, Digital Trust, Ekonomi Digital, Literasi Digital, E-Commerce

1. Latar Belakang

Reformasi ekonomi publik di zaman modern menjadi salah satu hal krusial dalam pertumbuhan ekonomi yang Perkembangan ekonomi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam sistem ekonomi global maupun nasional. Transformasi ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital seperti e-commerce, fintech, media sosial, dan platform berbasis data yang memungkinkan transaksi ekonomi berlangsung secara cepat, efisien, dan tanpa batas geografis. Dalam konteks Indonesia, ekonomi digital berkembang pesat seiring meningkatnya penetrasi internet dan adopsi teknologi oleh masyarakat. Namun demikian, perkembangan tersebut tidak hanya bergantung pada aspek teknologi semata, melainkan juga pada faktor sosial yang mendasarinya, terutama kepercayaan sosial (social trust). Kepercayaan sosial menjadi elemen fundamental dalam membangun interaksi ekonomi, terutama dalam ekosistem digital yang minim interaksi tatap muka. Dalam transaksi konvensional, kepercayaan dibangun melalui interaksi langsung, norma sosial, dan hubungan jangka panjang. Sebaliknya, dalam ekonomi digital, interaksi bersifat anonim, berbasis sistem, dan sering kali melibatkan pihak yang tidak saling mengenal. Hal ini menjadikan kepercayaan sebagai prasyarat utama dalam memastikan keberlangsungan transaksi digital. Tanpa adanya kepercayaan, pengguna akan cenderung enggan melakukan transaksi karena risiko penipuan, kebocoran data, maupun ketidakpastian kualitas layanan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam ekonomi digital. Studi dalam konteks literatur review menyebutkan bahwa kepercayaan konsumen menjadi faktor utama yang memengaruhi niat penggunaan platform digital, terutama dalam e-commerce dan social commerce. Selain itu, faktor seperti keamanan sistem, reputasi platform, serta pengalaman pengguna juga terbukti memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk kepercayaan tersebut. Dengan demikian, kepercayaan tidak hanya bersifat interpersonal, tetapi juga bersifat institusional dan teknologi. Lebih lanjut, penelitian lain menegaskan bahwa literasi digital juga berperan dalam membangun kepercayaan dalam transaksi ekonomi digital. Kemampuan individu dalam memahami risiko digital, mengevaluasi informasi,

serta menggunakan teknologi secara aman akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap sistem digital. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan sosial tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh faktor pendidikan, pengalaman, serta lingkungan sosial pengguna.

Dalam konteks yang lebih luas, konsep kepercayaan digital (digital trust) masih menjadi perdebatan dalam literatur akademik. Beberapa studi menyatakan bahwa belum terdapat definisi tunggal yang disepakati secara universal mengenai kepercayaan digital, meskipun penelitian mengenai topik ini terus berkembang pesat sejak tahun 2016. Kondisi ini menunjukkan bahwa kajian mengenai kepercayaan sosial dalam ekonomi digital masih terbuka luas dan memerlukan penguatan secara konseptual maupun empiris. Di Indonesia, tantangan dalam membangun kepercayaan sosial dalam ekonomi digital juga semakin kompleks. Tingkat literasi digital yang belum merata, maraknya kasus penipuan online, serta isu keamanan data menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap platform digital. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang komprehensif untuk memahami bagaimana kepercayaan sosial dapat dibangun dan diperkuat sebagai modal dasar dalam ekosistem ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan dengan menggunakan metode literature review guna mengkaji secara mendalam konsep kepercayaan sosial, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta perannya dalam mendukung keberhasilan ekonomi digital. Dengan mengintegrasikan berbagai hasil penelitian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan ekonomi digital yang berkelanjutan dan berbasis kepercayaan masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review (studi kepustakaan) untuk mengkaji peran kepercayaan sosial (social trust) sebagai modal dasar dalam ekosistem ekonomi digital. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena kepercayaan sosial berdasarkan teori serta hasil penelitian terdahulu.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal nasional dan internasional, buku akademik, serta laporan penelitian yang relevan. Literatur dipilih berdasarkan kesesuaian tema, kredibilitas sumber, dan keterbaruan publikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur menggunakan kata kunci seperti “social trust”, “digital trust”, “ekonomi digital”, dan “kepercayaan dalam e-commerce” pada berbagai platform akademik.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi (content analysis), yaitu mengidentifikasi, mengelompokkan, dan membandingkan temuan penelitian yang berkaitan dengan kepercayaan sosial dan ekonomi digital. Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai referensi yang kredibel dan telah melalui proses peer review.

3. Hasil dan Diskusi

Kepercayaan Sosial sebagai Fondasi Ekonomi Digital

Kepercayaan sosial (social trust) merupakan modal sosial yang memiliki peran penting dalam mendukung berbagai aktivitas ekonomi, termasuk dalam ekosistem ekonomi digital. Kepercayaan sosial mengacu pada keyakinan individu terhadap integritas, kejujuran, dan reliabilitas pihak lain dalam suatu interaksi. Dalam ekonomi digital, keberadaan kepercayaan menjadi semakin penting karena transaksi dilakukan melalui media elektronik yang membatasi interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Kondisi ini menyebabkan pengguna harus mengandalkan informasi yang tersedia dalam platform untuk menilai tingkat keamanan dan kredibilitas suatu transaksi.

Berdasarkan berbagai penelitian yang dianalisis, ditemukan bahwa kepercayaan menjadi faktor utama yang menentukan kesediaan masyarakat untuk menggunakan layanan digital. Gefen (2000), menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan suatu platform digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan platform tersebut dalam membangun kepercayaan penggunanya.

Menurut Bulya et. al (2024) dalam perspektif modal sosial, kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme yang mampu mengurangi ketidakpastian dalam interaksi ekonomi. Masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih terbuka terhadap inovasi teknologi dan lebih bersedia melakukan transaksi digital.

Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan dapat menghambat perkembangan ekonomi digital karena pengguna akan merasa ragu untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi berbasis teknologi.

Selain itu, kepercayaan sosial juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan platform digital. Hubungan yang didasarkan pada kepercayaan akan menciptakan loyalitas pengguna sehingga mendorong keberlanjutan aktivitas ekonomi digital. Oleh karena itu, kepercayaan sosial dapat dipandang sebagai fondasi utama yang menopang pertumbuhan ekonomi digital secara berkelanjutan.

Kepercayaan sosial juga berfungsi sebagai perekat yang menghubungkan berbagai pelaku dalam ekosistem ekonomi digital, mulai dari konsumen, pelaku usaha, penyedia platform, hingga lembaga pemerintah. Hubungan yang dilandasi kepercayaan memungkinkan terciptanya kerja sama yang lebih efektif serta meminimalkan konflik yang dapat menghambat aktivitas ekonomi. Dalam lingkungan digital yang sangat dinamis, keberadaan kepercayaan menjadi faktor yang mampu menjaga stabilitas hubungan antaraktor ekonomi sehingga berbagai transaksi dapat berlangsung secara berkelanjutan. Kepercayaan sosial tidak hanya memengaruhi hubungan antara konsumen dan penyedia layanan, tetapi juga berkontribusi terhadap terbentuknya lingkungan ekonomi yang lebih kondusif. Dalam ekosistem digital, kepercayaan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, kerja sama bisnis, serta interaksi ekonomi yang lebih terbuka. Ketika tingkat kepercayaan meningkat, hambatan dalam melakukan transaksi dapat berkurang sehingga aktivitas ekonomi dapat berlangsung secara lebih efektif dan efisien.

Selain itu, kepercayaan sosial dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menerima perubahan teknologi. Individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi dan institusi digital cenderung lebih cepat beradaptasi dengan berbagai inovasi baru. Kondisi ini penting karena perkembangan ekonomi digital selalu diiringi oleh munculnya teknologi dan model bisnis baru yang memerlukan penerimaan dari masyarakat agar dapat berkembang secara optimal. Kepercayaan sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai platform digital yang mendukung aktivitas ekonomi. Masyarakat yang memiliki keyakinan terhadap keamanan dan kredibilitas suatu platform cenderung lebih aktif memanfaatkan layanan yang tersedia. Kondisi ini memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan jumlah pengguna, peningkatan transaksi, serta perluasan pasar digital yang pada akhirnya mendukung perkembangan ekonomi digital secara keseluruhan.

Peran Kepercayaan dalam Mengurangi Risiko Transaksi Digital

Salah satu karakteristik utama ekonomi digital adalah tingginya tingkat ketidakpastian dalam proses transaksi. Berbeda dengan transaksi konvensional yang memungkinkan konsumen melihat produk secara langsung, transaksi digital mengharuskan konsumen membuat keputusan berdasarkan informasi yang tersedia secara online. Kondisi ini menimbulkan berbagai risiko, seperti penipuan, penyalahgunaan data pribadi, kegagalan pengiriman barang, maupun ketidaksesuaian produk yang diterima.

Hasil penelitian Kim et al. (2008) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki kemampuan untuk mengurangi persepsi risiko yang dirasakan konsumen dalam transaksi digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap suatu platform, semakin rendah tingkat kekhawatiran mereka terhadap risiko yang mungkin terjadi. Dengan kata lain, kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang mampu menciptakan rasa aman dalam bertransaksi.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Pavlou (2003) yang menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor utama dalam penerimaan e-commerce oleh masyarakat. Kepercayaan mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian meskipun terdapat berbagai ketidakpastian yang melekat pada transaksi online. Oleh karena itu, keberadaan kepercayaan menjadi sangat penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam ekonomi digital.

Dari sudut pandang ekonomi, kemampuan kepercayaan dalam mengurangi risiko juga berdampak pada penurunan biaya transaksi. Ketika pengguna mempercayai suatu platform, kebutuhan terhadap mekanisme pengawasan yang rumit menjadi berkurang. Hal ini pada akhirnya meningkatkan efisiensi transaksi dan mempercepat pertumbuhan aktivitas ekonomi digital.

Dalam perspektif perilaku konsumen, kepercayaan berperan sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan. Sebelum melakukan transaksi, konsumen akan mengevaluasi berbagai informasi yang tersedia mengenai suatu produk maupun platform. Ketika tingkat kepercayaan terhadap platform tinggi, konsumen cenderung lebih yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan dapat menyebabkan konsumen menunda atau bahkan membatalkan transaksi yang direncanakan. Kepercayaan juga berfungsi sebagai alat yang membantu konsumen dalam menghadapi keterbatasan informasi selama proses transaksi digital. Tidak semua informasi mengenai produk atau layanan dapat diverifikasi secara langsung oleh

konsumen. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform maupun penjual dapat menjadi dasar bagi konsumen dalam mengambil keputusan ekonomi secara lebih cepat dan yakin.

Di sisi lain, keberadaan kepercayaan mampu meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Konsumen yang mempercayai suatu platform umumnya memiliki ekspektasi yang lebih baik terhadap proses transaksi yang akan dilakukan. Hal ini dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan dan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk kembali menggunakan layanan digital yang sama pada masa mendatang. Kepercayaan juga dapat mengurangi kebutuhan konsumen untuk melakukan pencarian informasi yang berlebihan sebelum bertransaksi. Apabila suatu platform telah memiliki reputasi yang baik dan dipercaya oleh masyarakat, pengguna tidak perlu mengeluarkan banyak waktu dan biaya untuk memastikan keamanan transaksi. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan efisiensi dalam aktivitas ekonomi digital.

Digital Trust sebagai Bentuk Kepercayaan Modern

Perkembangan teknologi telah melahirkan konsep digital trust yang menjadi bentuk baru dari kepercayaan dalam era digital. Digital trust tidak hanya berkaitan dengan hubungan antarindividu, tetapi juga mencakup kepercayaan terhadap teknologi, sistem, dan institusi yang mendukung aktivitas digital. Dalam konteks ini, pengguna harus yakin bahwa sistem yang digunakan mampu melindungi data pribadi dan menjamin keamanan transaksi.

McKnight et al. (2011) menjelaskan bahwa kepercayaan institusional memiliki peran yang sangat penting dalam lingkungan digital. Pengguna tidak hanya menilai kredibilitas penjual, tetapi juga mengevaluasi kualitas sistem yang digunakan oleh platform. Oleh karena itu, aspek seperti transparansi informasi, keamanan sistem, dan kepatuhan terhadap regulasi menjadi faktor yang sangat menentukan tingkat kepercayaan pengguna.

Penelitian Maharani et. al (2026) juga menunjukkan bahwa digital trust merupakan fondasi utama dalam perkembangan layanan fintech. Pengguna cenderung menggunakan layanan keuangan digital apabila mereka yakin bahwa sistem tersebut aman dan dapat dipercaya. Sebaliknya, rendahnya digital trust dapat menyebabkan masyarakat enggan memanfaatkan berbagai layanan digital yang sebenarnya memiliki manfaat besar dalam meningkatkan efisiensi ekonomi.

Dengan demikian, digital trust dapat dipahami sebagai bentuk transformasi kepercayaan sosial yang menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Kepercayaan yang sebelumnya dibangun melalui interaksi langsung kini berkembang menjadi kepercayaan terhadap sistem dan teknologi digital.

Konsep digital trust semakin relevan karena aktivitas masyarakat saat ini tidak hanya terbatas pada transaksi jual beli, tetapi juga mencakup penggunaan layanan pendidikan digital, kesehatan digital, perbankan digital, dan layanan publik berbasis elektronik. Seluruh layanan tersebut memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi agar dapat diterima dan digunakan secara luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, digital trust menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan transformasi digital suatu negara.

Digital trust juga berkaitan erat dengan transparansi dan tanggung jawab penyedia layanan digital. Pengguna akan lebih percaya terhadap platform yang mampu memberikan informasi secara terbuka mengenai kebijakan privasi, penggunaan data, serta mekanisme penyelesaian masalah yang mungkin terjadi. Transparansi tersebut dapat memperkuat keyakinan pengguna bahwa hak dan kepentingan mereka terlindungi selama menggunakan layanan digital.

Digital trust menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung transformasi digital di berbagai sektor. Tidak hanya dalam bidang perdagangan elektronik, kepercayaan digital juga diperlukan dalam layanan perbankan, pendidikan, kesehatan, hingga administrasi pemerintahan berbasis elektronik. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap teknologi digital, semakin besar peluang keberhasilan implementasi berbagai inovasi digital yang dikembangkan.

Selain itu, digital trust dapat memperkuat hubungan antara pengguna dan penyedia layanan digital dalam jangka panjang. Ketika pengguna merasa bahwa data dan privasinya terlindungi dengan baik, mereka akan lebih nyaman menggunakan layanan yang tersedia. Rasa nyaman tersebut menjadi dasar terbentuknya loyalitas pengguna yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan layanan digital di tengah persaingan yang semakin ketat.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan dalam Ekonomi Digital

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi pembentukan kepercayaan dalam ekonomi digital, yaitu keamanan sistem, reputasi platform, perlindungan data pribadi, pengalaman pengguna, dan literasi digital.

Penelitian Sfenrianto et al. (2018) menunjukkan bahwa keamanan sistem memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan e-commerce. Konsumen akan lebih percaya pada platform yang mampu menjamin keamanan transaksi dan melindungi informasi pribadi mereka dari ancaman kejahatan siber.

Selain keamanan, reputasi platform juga menjadi faktor yang sangat penting. Tobing et. al (2026) menjelaskan bahwa platform yang memiliki citra positif cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan pengguna. Reputasi yang baik biasanya terbentuk melalui konsistensi kualitas layanan, transparansi informasi, serta pengalaman positif yang dirasakan oleh pengguna sebelumnya.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah literasi digital. Pietrzak et. al (2021) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat dalam menggunakan layanan digital. Individu yang memiliki pemahaman yang baik mengenai teknologi cenderung lebih mampu mengidentifikasi risiko dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk melindungi diri mereka saat bertransaksi secara online. Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan dalam ekonomi digital tidak hanya bergantung pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan pengguna dalam memahami dan memanfaatkan teknologi tersebut secara aman dan bijaksana.

Interaksi sosial di lingkungan digital juga turut memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna. Ulasan pelanggan, penilaian produk, serta rekomendasi dari pengguna lain sering kali menjadi sumber informasi utama dalam menentukan apakah suatu platform layak dipercaya atau tidak. Semakin banyak pengalaman positif yang dibagikan oleh pengguna lain, semakin besar kemungkinan masyarakat membangun kepercayaan terhadap platform tersebut.

Di samping itu, konsistensi pelayanan menjadi faktor yang tidak kalah penting. Platform yang mampu memberikan kualitas layanan yang stabil dalam jangka panjang akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dibandingkan platform yang kualitas layanannya berubah-ubah. Konsistensi tersebut mencerminkan komitmen penyedia layanan dalam memenuhi harapan pengguna dan menjaga kepuasan pelanggan.

Faktor transparansi informasi juga memiliki peran yang besar dalam membentuk kepercayaan pengguna. Platform yang mampu menyajikan informasi secara jelas mengenai produk, layanan, kebijakan privasi, dan prosedur transaksi akan lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat. Transparansi membantu pengguna memahami hak dan kewajiban mereka sehingga mengurangi potensi kesalahpahaman dalam proses transaksi.

Selain transparansi, kualitas komunikasi antara penyedia layanan dan pengguna juga memengaruhi tingkat kepercayaan. Respons yang cepat terhadap keluhan, pertanyaan, maupun permasalahan yang dihadapi pengguna dapat meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap profesionalisme suatu platform. Dengan demikian, komunikasi yang efektif menjadi salah satu faktor pendukung dalam membangun hubungan yang didasarkan pada kepercayaan.

Tantangan dan Upaya Penguatan Kepercayaan Sosial di Indonesia

Meskipun ekonomi digital di Indonesia berkembang sangat pesat, pembangunan kepercayaan sosial masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah tingginya kasus kejahatan siber, seperti penipuan online, phishing, pencurian identitas, dan kebocoran data pribadi. Kejadian-kejadian tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital.

Selain itu, tingkat literasi digital yang belum merata juga menjadi hambatan dalam pengembangan ekonomi digital. Sebagian masyarakat masih memiliki keterbatasan dalam memahami cara kerja teknologi digital sehingga lebih rentan terhadap berbagai bentuk penipuan. Kondisi ini menyebabkan munculnya keraguan dalam menggunakan layanan digital meskipun layanan tersebut menawarkan berbagai kemudahan.

Fadhilah et. al (2021) menegaskan bahwa keamanan data merupakan faktor yang sangat menentukan tingkat kepercayaan pengguna. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang komprehensif untuk meningkatkan keamanan sistem digital melalui penerapan teknologi keamanan yang lebih baik, penguatan regulasi perlindungan data pribadi, serta peningkatan pengawasan terhadap aktivitas digital.

Di samping itu, pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat perlu bekerja sama dalam meningkatkan literasi digital melalui berbagai program edukasi. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memahami teknologi digital, tingkat kepercayaan terhadap layanan digital juga akan meningkat. Upaya tersebut sangat penting untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang aman, inklusif, dan berkelanjutan di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat juga menimbulkan tantangan baru dalam membangun kepercayaan masyarakat. Munculnya berbagai bentuk kejahatan siber yang semakin kompleks mengharuskan

penyedia layanan digital untuk terus meningkatkan sistem keamanan yang dimiliki. Apabila sistem keamanan tidak berkembang sejalan dengan ancaman yang ada, maka kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital dapat mengalami penurunan.

Selain peningkatan keamanan, edukasi kepada masyarakat mengenai etika dan keamanan digital juga perlu diperkuat. Masyarakat perlu dibekali kemampuan untuk mengenali informasi palsu, menghindari penipuan daring, serta menjaga kerahasiaan data pribadi. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai keamanan digital, risiko penyalahgunaan teknologi dapat diminimalkan sehingga tingkat kepercayaan terhadap ekonomi digital dapat terus ditingkatkan.

Tantangan lain yang dihadapi Indonesia dalam membangun kepercayaan sosial di era digital adalah masih adanya kesenjangan akses teknologi di berbagai wilayah. Perbedaan tingkat akses internet dan pemahaman teknologi menyebabkan sebagian masyarakat belum dapat memanfaatkan layanan digital secara optimal. Kondisi tersebut dapat menghambat proses pembentukan kepercayaan karena pengalaman dan pengetahuan masyarakat terhadap teknologi digital masih terbatas.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan dukungan berbagai pihak dalam memperluas akses digital dan meningkatkan kualitas pendidikan teknologi informasi. Program pelatihan literasi digital yang menyasar berbagai kelompok masyarakat dapat membantu meningkatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko penggunaan teknologi digital. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi secara bijak, tingkat kepercayaan terhadap layanan digital juga akan semakin kuat.

Implikasi Kepercayaan Sosial terhadap Keberlanjutan Ekonomi Digital

Berdasarkan keseluruhan hasil kajian, dapat dipahami bahwa kepercayaan sosial memiliki implikasi yang sangat besar terhadap keberlanjutan ekonomi digital. Kepercayaan tidak hanya memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan digital, tetapi juga menentukan stabilitas dan pertumbuhan ekosistem ekonomi digital secara keseluruhan. Kepercayaan yang tinggi akan mendorong peningkatan jumlah pengguna, memperluas jaringan ekonomi digital, serta meningkatkan volume transaksi yang terjadi dalam platform digital. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan dapat menghambat inovasi dan menurunkan partisipasi masyarakat dalam ekonomi digital.

Dengan demikian, kepercayaan sosial dapat dianggap sebagai modal dasar yang memiliki nilai strategis dalam pembangunan ekonomi digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki masyarakat, semakin besar peluang terciptanya ekosistem ekonomi digital yang kuat, kompetitif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan kepercayaan sosial harus menjadi prioritas utama dalam pengembangan ekonomi digital di masa mendatang.

Kepercayaan sosial yang kuat juga dapat mendorong munculnya inovasi dalam ekonomi digital. Pelaku usaha akan lebih berani mengembangkan produk dan layanan baru apabila terdapat tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan dapat menghambat proses inovasi karena pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam memperoleh penerimaan pasar terhadap teknologi atau layanan yang ditawarkan.

Lebih lanjut, kepercayaan sosial memiliki dampak positif terhadap inklusi ekonomi digital. Masyarakat dari berbagai latar belakang akan lebih terdorong untuk memanfaatkan layanan digital apabila merasa aman dan percaya terhadap sistem yang digunakan. Dengan meningkatnya partisipasi masyarakat, manfaat ekonomi digital dapat dirasakan secara lebih merata sehingga mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kepercayaan sosial yang kuat dapat menciptakan iklim ekonomi digital yang lebih sehat dan kompetitif. Dalam lingkungan yang dilandasi kepercayaan, pelaku usaha dapat lebih fokus pada pengembangan inovasi dan peningkatan kualitas layanan tanpa harus menghadapi tingkat keraguan yang tinggi dari konsumen. Kondisi ini akan mendorong pertumbuhan usaha digital yang lebih berkelanjutan dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun global.

Selain itu, kepercayaan sosial dapat mempercepat proses inklusi ekonomi digital di berbagai lapisan masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan teknologi digital akan lebih terdorong untuk berpartisipasi apabila merasa yakin terhadap keamanan dan manfaat yang ditawarkan. Dengan meningkatnya partisipasi masyarakat, ekonomi digital dapat berkembang secara lebih merata dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan sosial merupakan modal dasar yang sangat menentukan keberhasilan ekosistem ekonomi digital. Kepercayaan berperan

dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi digital dengan menciptakan rasa aman, mengurangi ketidakpastian transaksi, serta meningkatkan keyakinan pengguna terhadap platform dan layanan digital. Dalam ekosistem ekonomi yang semakin terdigitalisasi, kepercayaan tidak hanya terbatas pada hubungan antarindividu, tetapi juga mencakup kepercayaan terhadap institusi, sistem, dan teknologi yang mendukung proses transaksi digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keamanan sistem, perlindungan data pribadi, reputasi platform, pengalaman pengguna, dan literasi digital. Faktor-faktor tersebut berkontribusi dalam membentuk persepsi pengguna terhadap keamanan dan keandalan layanan digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki masyarakat, semakin besar pula peluang berkembangnya aktivitas ekonomi digital secara berkelanjutan dan inklusif. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa penguatan kepercayaan sosial memiliki implikasi penting bagi pengembangan ekonomi digital, khususnya dalam meningkatkan penggunaan layanan digital, memperluas akses ekonomi, dan mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi. Oleh karena itu, upaya peningkatan keamanan digital, perlindungan data, serta literasi digital perlu terus dilakukan untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih terpercaya. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan pendekatan empiris untuk mengukur secara langsung pengaruh kepercayaan sosial terhadap perilaku pengguna pada berbagai sektor ekonomi digital, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kepercayaan sosial dan perkembangan ekonomi digital.

Referensi

1. Agustina, I., Sulistyanb, R. B., & Pramuditha, R. (2023). Telaah Kritis Tentang Konsep Kepercayaan Masyarakat: Peran serta Teknologi, Informasi dan Komunikasi. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 7.0*, 182–187.
2. Bulya, B., & Izzati, S. (2024). Indonesia's digital literacy as a challenge for democracy in the digital age. *The Journal of Society and Media*, 8(2), 640–661.
<https://doi.org/10.26740/jsm.v8n2.p640-661>
3. Fadhilah, F., Wenang, L. F. P., & Affifatusholihah, L. (2021). Factors affecting trust on purchase decisions through e-marketplace. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 5(4).
<https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i4.3524>.
4. Garnasih, D. I., Nasution, A. P., & Pristiyono. (2023). Membangun kepercayaan masyarakat tentang ekonomi digital sebagai investasi informasi bisnis. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
<https://ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO>
5. Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725–737.
[https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
6. Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
7. McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
<https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
8. Ningrum, A. D. S., & Soepatini. (2026). Peran kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dalam memediasi pengaruh literasi keuangan, norma sosial, dan kontrol perilaku terhadap niat menggunakan pembayaran digital aplikasi Dana. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1).
<https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS>
9. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). Building digital trust. OECD Publishing.
<https://www.oecd.org/digital/building-digital-trust.htm>
10. Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
<https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
11. Pietrzak, P., & Takala, J. (2021). Digital trust: A systematic literature review. *Forum Scientiae Oeconomia*, 9(3).
https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO3_4
12. Maharani, L., Undartik, S., & Aziz, M. D. (2026). Digital consumer literacy as a determinant of trust in digital economic transactions. *Nomico*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/10.62872/1v8eb315>
13. Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the buyer trust and satisfaction factors in the e-marketplace. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 43–57.
<https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200105>
14. Salsabila, A., Gorap, S. I., Pongtambing, Y. S., & Sampetoding, E. A. M. (2026). Pengaruh Kepercayaan terhadap Persepsi Keamanan Transaksi pada Aplikasi Belanja Online di Kalangan Milenial: Studi Literatur Sistematis. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 4(3), 66–75.
<https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v4i3.6169>
15. Tobing, C. C., & Marlina, M. A. E. (2026). Social media and digital literacy on cryptocurrency trust: The moderating role of financial literacy. *E-Jurnal Akuntansi*, 36(1). <https://doi.org/10.24843/EJA.2026.v36.i01.p18>.
16. World Bank. (2020). Digital economy for Indonesia. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment>