



Research Article

Digital Trust sebagai Mekanisme Pembentuk Loyalitas Nasabah dalam Transformasi Digital Perbankan

Nur Mahmudah El Madja¹, Astrid Hidayanti Ananda Putri²

1. Akademi Pariwisata 45 Jayapura, Indonesia
2. Politeknik Negeri Jember, Indonesia

Correspondent: Nurmahmudah@gmail.com 



Copyright © 2026 by Authors, Published by Altamkin: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Jan 15, 2026
Accepted : July 13, 2026

Revised : Feb, 2026
Available online : July 15, 2026

How to Cite: El Madja, N. M., & Putri, A. H. A. (2026). Digital Trust sebagai Mekanisme Pembentuk Loyalitas Nasabah dalam Transformasi Digital Perbankan. *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 177–191. <https://doi.org/10.61166/altamkin.v2i2.44>

Abstrak.

Transformasi digital telah menjadi strategi utama industri perbankan dalam meningkatkan efisiensi layanan dan pengalaman nasabah melalui pemanfaatan berbagai teknologi digital. Namun, keberhasilan proses tersebut tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, melainkan juga oleh kemampuan institusi dalam membangun digital trust di tengah meningkatnya risiko keamanan siber, perlindungan data pribadi, dan kompleksitas layanan digital. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji transformasi digital, kualitas layanan, maupun loyalitas nasabah, kajian yang menjelaskan digital trust sebagai mekanisme penghubung antara transformasi digital dan loyalitas nasabah masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digital trust dalam membangun loyalitas nasabah pada era transformasi digital perbankan. Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kepustakaan kualitatif dengan teknik dokumentasi terhadap literatur primer dan sekunder yang relevan serta terindeks. Data dianalisis secara deskriptif-analitis melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan diuji menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi fondasi dalam membangun digital trust, sedangkan pembentukannya dipengaruhi oleh keamanan sistem, perlindungan privasi data, transparansi, kualitas komunikasi, dan customer experience. Digital trust berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan transformasi digital dengan loyalitas nasabah melalui peningkatan rasa aman,

kepuasan, dan komitmen dalam menggunakan layanan perbankan digital. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menempatkan digital trust sebagai mekanisme yang menjelaskan hubungan antara transformasi digital dan loyalitas nasabah serta menjadi acuan bagi institusi perbankan dalam merancang strategi transformasi digital yang berorientasi pada pembangunan kepercayaan dan loyalitas secara berkelanjutan.

Kata Kunci: digital trust; transformasi digital; perbankan digital; loyalitas nasabah; studi kepustakaan

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah secara fundamental cara industri perbankan menyediakan layanan kepada masyarakat. Perkembangan teknologi seperti mobile banking, artificial intelligence (AI), machine learning, blockchain, serta analisis data memungkinkan bank menghadirkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan personal (Rasyid et al., 2024). Digitalisasi tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mengubah pola interaksi antara bank dan nasabah melalui berbagai kanal layanan berbasis digital. Perubahan ini mendorong perbankan untuk terus berinovasi agar mampu memenuhi ekspektasi nasabah yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi (Sugihyanto S Arsjah, 2023).

Di sisi lain, semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap layanan digital juga diikuti dengan meningkatnya perhatian terhadap isu keamanan data, perlindungan privasi, dan keandalan teknologi digital. Kondisi tersebut menjadikan digital trust sebagai prasyarat penting dalam keberhasilan transformasi digital karena tingkat kepercayaan pengguna menentukan keberlanjutan penggunaan layanan digital serta hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Saveljeva S Volkova, 2025).

Meskipun demikian, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang diterapkan. Pemanfaatan layanan digital juga diikuti dengan meningkatnya kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, privasi, penyalahgunaan informasi, hingga ancaman kejahatan siber. Berbagai risiko tersebut berpotensi memengaruhi persepsi nasabah terhadap keamanan dan keandalan layanan digital yang disediakan oleh bank. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya menuntut kesiapan teknologi, tetapi juga kemampuan institusi perbankan dalam mengelola berbagai risiko yang dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap keamanan dan keandalan layanan digital (Waliullah et al., 2025).

Digital trust menjadi konsep yang semakin penting dalam ekosistem perbankan digital. Meskipun belum terdapat definisi yang disepakati secara universal, digital trust pada dasarnya merujuk pada tingkat kepercayaan yang dimiliki konsumen maupun pemangku kepentingan terhadap kemampuan organisasi dalam melindungi data, menjaga privasi, serta menyediakan layanan digital yang aman, andal, dan kredibel (Pietrzak S Takala, 2021). Seiring berkembangnya masyarakat

digital, kepercayaan tidak lagi hanya dibangun melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui sistem digital yang mampu mengurangi ketidakpastian dan risiko dalam transaksi daring (Guo, 2022). Dengan demikian, digital trust memiliki peran strategis dalam menentukan keberhasilan transformasi digital karena memengaruhi keputusan nasabah untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan digital. Kajian terbaru menunjukkan bahwa digital trust dibentuk oleh empat dimensi utama, yaitu ability, benevolence, integrity, dan openness, yang mencerminkan kemampuan organisasi menyediakan layanan yang andal, berintegritas, berorientasi pada pengguna, serta transparan dalam pengelolaan layanan digital (Saveljeva S Volkova, 2025). Pada sektor perbankan, kepercayaan tersebut tidak hanya mendorong adopsi layanan digital, tetapi juga berkontribusi terhadap terbentuknya kepuasan dan loyalitas nasabah.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan kualitas layanan, pengalaman nasabah, serta loyalitas pelanggan melalui pemanfaatan berbagai inovasi teknologi (Wakhidah et al., 2025). Selain itu, keamanan sistem, pengalaman pelanggan, dan perlindungan data merupakan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan nasabah terhadap layanan digital (Waliullah et al., 2025). Di sisi lain, ancaman keamanan siber, kompleksitas regulasi, serta rendahnya literasi digital masih menjadi tantangan dalam implementasi transformasi digital (Kurniawan, 2025; Ariska, 2025.) Hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa digital trust berperan sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan antara transformasi digital dengan loyalitas nasabah.

Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada pengaruh transformasi digital terhadap kualitas layanan atau loyalitas nasabah, sementara penelitian lain berfokus pada aspek keamanan maupun pengalaman pelanggan sebagai pembentuk kepercayaan. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kebutuhan akan sintesis konseptual yang menjelaskan bagaimana digital trust berperan sebagai mekanisme penghubung antara transformasi digital dan loyalitas nasabah. Padahal, pemahaman mengenai peran digital trust sebagai mekanisme yang menghubungkan transformasi digital dengan loyalitas nasabah diperlukan untuk menjelaskan bagaimana inovasi teknologi dapat diterima dan dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh nasabah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digital trust dalam membangun loyalitas nasabah pada era transformasi digital perbankan melalui pendekatan penelitian kepustakaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam memperkaya kajian mengenai digital trust pada sektor perbankan, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi institusi perbankan dalam merancang strategi transformasi digital yang tidak hanya

berorientasi pada inovasi teknologi, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Menurut Hamzah (2020), penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang memanfaatkan berbagai sumber literatur sebagai data utama untuk memperoleh pemahaman terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis secara konseptual peran digital trust dalam membangun loyalitas nasabah pada era transformasi digital perbankan.

Sumber data penelitian terdiri atas literatur primer dan sekunder yang meliputi artikel jurnal nasional dan internasional terindeks, buku ilmiah, serta dokumen akademik yang relevan dengan transformasi digital, digital trust, perbankan digital, dan loyalitas nasabah. Pemilihan literatur dilakukan berdasarkan relevansi topik, kredibilitas sumber, dan kebaruan publikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, menyeleksi, dan mengelompokkan berbagai literatur sesuai fokus penelitian.

Data dianalisis secara deskriptif-analitis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan membandingkan, mengintegrasikan, dan menginterpretasikan berbagai temuan penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara transformasi digital, digital trust, dan loyalitas nasabah. Keabsahan data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai referensi yang memiliki relevansi terhadap topik penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi Digital sebagai Fondasi Digital Trust

Transformasi digital telah mengubah model bisnis industri perbankan melalui pemanfaatan berbagai teknologi digital, seperti mobile banking, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), machine learning, blockchain, dan analisis data. Transformasi tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mempercepat proses bisnis, memperluas akses layanan, serta memungkinkan bank memberikan layanan yang lebih personal sesuai dengan kebutuhan nasabah (Munira, 2025; Sugihyanto S Arsjah, 2023). Selain itu, keberhasilan transformasi digital juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan teknologi dan proses bisnis secara berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan daya saing industri perbankan (Rodrigues et al., 2023).

Transformasi digital pada sektor perbankan tidak hanya ditandai dengan digitalisasi layanan, tetapi juga mencakup perubahan model bisnis, budaya organisasi, dan pengelolaan teknologi secara menyeluruh. Rodrigues et al. (2023) menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi dengan strategi bisnis sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan demikian, transformasi digital tidak dapat dipahami sebagai sekadar adopsi teknologi baru, melainkan sebagai proses perubahan organisasi yang menuntut kesiapan sumber daya manusia, tata kelola, serta inovasi layanan secara berkelanjutan. Pandangan tersebut diperkuat oleh Munira (2025) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital telah mendorong industri perbankan mengadopsi berbagai inovasi, seperti kecerdasan buatan, blockchain, cloud computing, dan analisis data untuk meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperbaiki kualitas layanan kepada nasabah.

Implementasi transformasi digital mendorong perbankan mengembangkan berbagai inovasi layanan, seperti mobile banking, pembayaran digital, layanan tanpa kertas (paperless banking), hingga pemanfaatan kecerdasan buatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman nasabah (Agustiawan, 2024; Aprilia et al., 2025). Namun, perkembangan tersebut juga meningkatkan ekspektasi masyarakat terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta keandalan sistem digital. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya berorientasi pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kemampuan institusi membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan digital.

Transformasi digital juga mengubah ekspektasi masyarakat terhadap layanan perbankan. Nasabah tidak lagi hanya mengharapkan layanan yang cepat, tetapi juga layanan yang mudah digunakan, aman, transparan, serta mampu memberikan pengalaman yang konsisten pada berbagai kanal digital. Lestari S Fasa (2025) menjelaskan bahwa perkembangan layanan internet banking dan mobile banking telah mengubah perilaku transaksi masyarakat menuju layanan keuangan yang lebih praktis dan fleksibel. Perubahan ekspektasi tersebut mendorong institusi perbankan untuk tidak hanya berfokus pada inovasi teknologi, tetapi juga memastikan bahwa layanan digital mampu memberikan rasa aman dan keyakinan kepada pengguna. Oleh karena itu, kualitas implementasi transformasi digital menjadi salah satu faktor yang memengaruhi terbentuknya digital trust dalam layanan perbankan.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, transformasi digital tidak dapat dipandang hanya sebagai penerapan teknologi baru, tetapi sebagai fondasi dalam membangun digital trust. Keberhasilan transformasi digital bergantung pada kemampuan bank menyediakan layanan yang aman, transparan, mudah digunakan, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Transformasi digital menjadi prasyarat penting dalam membangun kepercayaan yang pada akhirnya mendorong kepuasan

dan loyalitas nasabah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital bukan tujuan akhir, melainkan fondasi yang memungkinkan terbentuknya digital trust sebagai prasyarat terciptanya loyalitas nasabah.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak lagi hanya diukur dari banyaknya layanan digital yang tersedia, tetapi juga dari sejauh mana layanan tersebut mampu membangun keyakinan nasabah untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap sistem digital yang disediakan, semakin besar pula peluang bank membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dengan demikian, transformasi digital dan digital trust merupakan dua elemen yang saling melengkapi dalam menciptakan nilai tambah bagi institusi perbankan.

2. Faktor-Faktor Pembentuk Digital Trust dalam Perbankan Digital

Digital trust dalam perbankan digital tidak terbentuk hanya melalui penerapan teknologi, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk persepsi nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan digital. Saveljeva S Volkova (2025) menjelaskan bahwa digital trust dibangun melalui empat dimensi utama, yaitu ability, benevolence, integrity, dan openness. Keempat dimensi tersebut mencerminkan kemampuan organisasi dalam menyediakan layanan yang andal, berorientasi pada kepentingan pengguna, memiliki integritas dalam pengelolaan layanan, serta menerapkan transparansi dalam setiap proses digital. Pada bidang perbankan, dimensi tersebut diwujudkan melalui keamanan sistem, perlindungan privasi data, transparansi layanan, kualitas komunikasi, serta pengalaman positif yang dirasakan nasabah selama menggunakan layanan digital.

Salah satu faktor utama yang membentuk digital trust adalah keamanan sistem dan perlindungan privasi data. Meningkatnya penggunaan layanan mobile banking dan transaksi digital menyebabkan nasabah semakin memperhatikan kemampuan bank dalam melindungi informasi pribadi maupun data keuangan mereka. Ancaman seperti phishing, malware, pencurian identitas, dan kebocoran data menjadi risiko yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Penerapan teknologi keamanan seperti autentikasi berlapis, enkripsi data, kecerdasan buatan dalam deteksi penipuan, serta kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data kemudian menjadi elemen penting dalam membangun digital trust (Pietrzak S Takala, 2021; Waliullah et al., 2025). Sejalan dengan itu, Agustiawan (2024) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital yang disertai sistem keamanan yang baik mampu meningkatkan kualitas layanan sekaligus memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan perbankan digital.

Perlindungan keamanan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknologi dalam mencegah serangan siber, tetapi juga berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap komitmen bank dalam menjaga kerahasiaan informasi pribadi. Ketika

institusi mampu memberikan jaminan keamanan melalui sistem autentikasi yang kuat, pemantauan transaksi secara real time, serta mekanisme penanganan insiden yang cepat, tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan digital cenderung meningkat. Sebaliknya, gangguan keamanan yang menyebabkan kebocoran data atau penyalahgunaan informasi dapat menurunkan kepercayaan nasabah dan menghambat adopsi layanan digital. Keamanan sistem tidak hanya dipandang sebagai aspek teknis, tetapi juga sebagai faktor strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Selain aspek keamanan, transparansi dan kualitas komunikasi juga berperan penting dalam membentuk digital trust. Transparansi dalam penyampaian informasi mengenai biaya layanan, kebijakan privasi, penggunaan data, maupun mekanisme penanganan keluhan memberikan kepastian kepada nasabah sekaligus meningkatkan persepsi bahwa institusi perbankan mengelola layanan secara akuntabel dan bertanggung jawab. Komunikasi digital yang efektif melalui berbagai kanal layanan, seperti mobile banking, media sosial, chatbot, maupun layanan pelanggan, memungkinkan bank membangun hubungan yang lebih dekat dengan nasabah serta meningkatkan pemahaman terhadap layanan yang diberikan (Affandy et al., 2024; Syarif et al., 2022). Menurut Suhendri et al. (2025) komunikasi yang terbuka, konsisten, dan responsif merupakan bagian dari strategi komunikasi organisasi yang mampu memperkuat hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, transparansi dan komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana penting dalam membangun persepsi integritas serta memperkuat digital trust nasabah terhadap layanan perbankan digital.

Media yang digunakan institusi perbankan untuk menyampaikan informasi kepada nasabah juga berperan dalam membentuk digital trust. Penyajian konten yang informatif, mudah dipahami, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akan meningkatkan pemahaman sekaligus mengurangi ketidakpastian nasabah terhadap layanan digital. Kualitas produksi konten digital pada berbagai platform komunikasi, seperti aplikasi mobile banking, media sosial, situs web, maupun layanan chatbot, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi pembangunan digital trust. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengelolaan media dan konten digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi komunikasi perbankan dalam membangun digital trust.

Faktor lain yang turut membentuk digital trust adalah customer experience. Pengalaman positif selama menggunakan layanan digital akan memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas, kemudahan, dan keandalan layanan yang diberikan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital yang mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif akan meningkatkan kepuasan,

memperkuat kepercayaan, serta mendorong loyalitas nasabah (Ho et al., 2025; Ibrahim, 2025; Wakhidah et al., 2025). Customer experience tidak hanya menjadi hasil dari implementasi transformasi digital, tetapi juga merupakan faktor penting dalam membangun digital trust. Keberhasilan bank dalam membangun digital trust memerlukan pendekatan yang holistik melalui penguatan keamanan sistem, perlindungan privasi, transparansi, kualitas komunikasi, dan pengalaman layanan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah.

Berbagai faktor pembentuk digital trust juga bersifat dinamis mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pengguna layanan digital. Seiring meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap keamanan, kecepatan, kemudahan, dan personalisasi layanan, institusi perbankan perlu melakukan evaluasi secara berkelanjutan terhadap kualitas sistem, mekanisme perlindungan data, serta strategi komunikasi yang diterapkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembangunan digital trust tidak dapat dicapai hanya melalui investasi teknologi, tetapi juga memerlukan komitmen organisasi dalam menjaga konsistensi kualitas layanan dan membangun hubungan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah. Digital trust merupakan proses yang terus berkembang dan harus disesuaikan dengan dinamika teknologi maupun perubahan perilaku masyarakat digital.

3. Peran Digital Trust dalam Membangun Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan transformasi digital dalam industri perbankan. Loyalitas tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan layanan secara berulang, tetapi juga melalui komitmen nasabah untuk mempertahankan hubungan dengan bank serta merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Dalam ekosistem perbankan digital, loyalitas tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau kemudahan layanan, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan digital yang disediakan. Digital trust menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan digital dalam jangka panjang (Alidha et al., 2024; Ho et al., 2025).

Penelitian menunjukkan bahwa digital trust berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan transformasi digital dengan loyalitas nasabah. Pristiyono et al. (2022) menjelaskan bahwa transformasi digital yang didukung oleh tingkat kepercayaan nasabah mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi industri perbankan. Sementara itu, Ibrahim (2025) menemukan bahwa transformasi digital berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui peningkatan customer experience, yang selanjutnya memperkuat kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Temuan tersebut didukung oleh Wakhidah et al. (2025) yang menyatakan bahwa pengalaman layanan digital yang positif mampu meningkatkan kepuasan, memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, serta mendorong loyalitas secara

berkelanjutan. Dengan demikian, digital trust tidak hanya memengaruhi keputusan awal nasabah dalam mengadopsi layanan digital, tetapi juga menentukan keberlanjutan penggunaan layanan tersebut.

Loyalitas tidak terbentuk secara instan setelah nasabah menggunakan layanan digital. Loyalitas merupakan hasil dari akumulasi pengalaman positif yang secara bertahap membangun rasa percaya terhadap institusi penyedia layanan. Ketika nasabah merasa bahwa layanan digital mampu memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten, aman, dan transparan, tingkat kepercayaan akan meningkat dan mendorong penggunaan layanan secara berulang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digital trust berperan sebagai mekanisme psikologis yang mengurangi persepsi risiko sekaligus memperkuat komitmen nasabah untuk mempertahankan hubungan dengan bank.

Hubungan antara digital trust dan loyalitas nasabah juga dipengaruhi oleh kualitas interaksi yang dibangun melalui layanan digital. Komunikasi yang responsif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna mampu meningkatkan keyakinan nasabah terhadap institusi perbankan. Affandy et al. (2024) menegaskan bahwa strategi komunikasi yang efektif berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, sedangkan Syarif et al. (2022) menunjukkan bahwa komunikasi digital melalui layanan e-banking berpengaruh terhadap meningkatnya minat nasabah untuk memanfaatkan layanan transaksi secara daring. Selain itu, Suhendri et al. (2025) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi yang terbuka dan konsisten merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa digital trust tidak hanya dibentuk oleh aspek teknologi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang mampu menciptakan rasa aman dan keyakinan nasabah terhadap layanan yang digunakan.

Digital trust juga berpengaruh terhadap terbentuknya word of mouth positif. Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung merekomendasikan layanan digital kepada keluarga, teman, maupun kolega karena meyakini bahwa layanan tersebut aman dan dapat diandalkan. Perilaku tersebut menjadi salah satu indikator loyalitas yang penting dalam industri perbankan karena mampu meningkatkan reputasi institusi sekaligus memperluas basis nasabah melalui rekomendasi pengguna. Manfaat digital trust tidak hanya dirasakan oleh individu pengguna, tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif bagi institusi perbankan.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, digital trust dapat dipahami sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan antara transformasi digital dan loyalitas nasabah. Transformasi digital menyediakan infrastruktur teknologi dan meningkatkan kualitas layanan, sedangkan digital trust menerjemahkan persepsi keamanan, perlindungan data, transparansi, kualitas komunikasi, dan pengalaman

nasabah menjadi kepuasan serta loyalitas. Ketika tingkat digital trust meningkat, nasabah cenderung menggunakan layanan secara berkelanjutan, mempertahankan hubungan dengan bank, serta merekomendasikannya kepada pihak lain. Dengan demikian, digital trust dapat diposisikan sebagai mekanisme konseptual yang menjelaskan mengapa implementasi transformasi digital menghasilkan tingkat loyalitas yang berbeda pada setiap institusi perbankan.

Perspektif tersebut menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dalam era perbankan digital tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau kemudahan akses layanan, tetapi juga oleh keyakinan bahwa institusi mampu menjaga keamanan, transparansi, dan keandalan layanan digital yang diberikan. Semakin tinggi tingkat digital trust yang dimiliki nasabah, semakin kecil pula persepsi terhadap risiko penggunaan layanan digital. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya hubungan yang lebih stabil antara bank dan nasabah sehingga loyalitas tidak hanya diwujudkan melalui penggunaan layanan secara berulang, tetapi juga melalui komitmen untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan institusi perbankan.

Implikasi dari kondisi tersebut tidak hanya berkaitan dengan peningkatan loyalitas nasabah, tetapi juga memiliki nilai strategis bagi keberlangsungan transformasi digital di sektor perbankan. Tingkat kepercayaan yang tinggi tidak hanya mendorong loyalitas nasabah yang telah menggunakan layanan, tetapi juga meningkatkan keyakinan calon nasabah untuk mengadopsi layanan digital. Dengan demikian, pembangunan digital trust memberikan manfaat ganda, yaitu mempertahankan hubungan dengan nasabah yang sudah ada sekaligus memperkuat daya saing bank dalam memperoleh pengguna baru di tengah perkembangan industri keuangan digital.

4. Tantangan Membangun Digital Trust pada Era Transformasi Digital

Meskipun transformasi digital memberikan berbagai manfaat bagi industri perbankan, pembangunan digital trust masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya ancaman keamanan siber, seperti phishing, malware, pencurian identitas, dan kebocoran data pribadi. Risiko tersebut tidak hanya mengancam keamanan transaksi digital, tetapi juga dapat menurunkan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan. Oleh karena itu, institusi perbankan dituntut untuk terus memperkuat sistem keamanan melalui penerapan autentikasi berlapis, enkripsi data, pemanfaatan artificial intelligence dalam mendeteksi aktivitas mencurigakan, serta peningkatan tata kelola keamanan informasi (Waliullah et al., 2025).

Selain aspek keamanan, tantangan lain berasal dari kompleksitas transformasi digital yang melibatkan perubahan teknologi, proses bisnis, serta budaya organisasi. Rodrigues et al. (2023) menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola teknologi secara strategis

dan mengintegrasikan inovasi ke dalam proses bisnis. Sejalan dengan itu, Diener S Špaček (2021) menegaskan bahwa resistensi terhadap perubahan, keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, serta kurangnya dukungan manajerial menjadi hambatan yang dapat memperlambat implementasi transformasi digital. Di sisi lain, perkembangan regulasi terkait perlindungan data dan layanan keuangan digital juga menuntut institusi perbankan untuk terus menyesuaikan kebijakan dan tata kelola agar tetap mampu menjaga kepercayaan nasabah (Ariska, 2025).

Selain tantangan dari sisi teknologi dan organisasi, kesenjangan literasi digital antar kelompok masyarakat juga menjadi perhatian penting. Tidak semua nasabah memiliki kemampuan yang sama dalam memahami fitur layanan digital maupun mengenali berbagai bentuk ancaman keamanan siber. Tingkat literasi digital yang masih beragam menyebabkan sebagian masyarakat memiliki persepsi risiko yang lebih tinggi terhadap layanan perbankan digital sehingga menghambat terbentuknya digital trust (Kurniawan, 2025). Oleh karena itu, institusi perbankan tidak hanya dituntut meningkatkan kualitas layanan digital, tetapi juga memperkuat edukasi kepada nasabah mengenai keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta penggunaan layanan digital secara aman dan bertanggung jawab.

Di samping itu, pembangunan digital trust memerlukan sinergi antara inovasi teknologi, tata kelola organisasi, dan edukasi kepada masyarakat. Penerapan teknologi yang semakin canggih tidak akan memberikan manfaat optimal apabila tidak diimbangi dengan kebijakan perlindungan data yang jelas, komunikasi yang transparan, serta peningkatan literasi digital nasabah. Keberhasilan transformasi digital juga dipengaruhi oleh kolaborasi antara institusi perbankan, regulator, dan pengguna layanan dalam menciptakan ekosistem digital yang aman, transparan, dan terpercaya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembangunan digital trust merupakan tanggung jawab bersama yang tidak hanya bergantung pada kemampuan teknologi, tetapi juga pada kualitas tata kelola, kepatuhan terhadap regulasi, serta partisipasi seluruh pemangku kepentingan dalam menciptakan ekosistem digital yang terpercaya.

Di balik berbagai tantangan tersebut, transformasi digital juga membuka peluang bagi institusi perbankan untuk terus berinovasi dalam mengembangkan layanan yang lebih aman, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Digital trust perlu dipandang sebagai proses yang berkelanjutan sehingga strategi pengembangannya harus terus disesuaikan dengan perkembangan teknologi, regulasi, serta perubahan perilaku masyarakat digital. Dengan demikian, kemampuan institusi perbankan dalam beradaptasi terhadap perubahan tersebut akan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun dan mempertahankan digital trust yang pada akhirnya mendorong loyalitas nasabah pada era transformasi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Transformasi digital telah menjadi faktor utama yang mendorong perubahan dalam industri perbankan melalui pemanfaatan berbagai inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan, kualitas interaksi, dan pengalaman nasabah. Namun, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh penerapan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan institusi perbankan dalam membangun digital trust. Hasil kajian menunjukkan bahwa digital trust berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan transformasi digital dengan loyalitas nasabah melalui peningkatan rasa aman, kepuasan, dan komitmen dalam menggunakan layanan perbankan digital. Pembentukan digital trust dipengaruhi oleh keamanan sistem, perlindungan privasi data, transparansi, kualitas komunikasi, dan customer experience. Berbagai faktor tersebut membentuk persepsi positif nasabah terhadap layanan digital sehingga berkontribusi terhadap terciptanya hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Dengan demikian, transformasi digital yang didukung oleh pembangunan digital trust menjadi fondasi penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada era perbankan digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menempatkan digital trust sebagai mekanisme yang menjelaskan hubungan antara transformasi digital dan loyalitas nasabah. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi institusi perbankan dalam merancang strategi transformasi digital yang tidak hanya berorientasi pada inovasi teknologi, tetapi juga pada penguatan keamanan sistem, transparansi, kualitas komunikasi, serta pengelolaan komunikasi digital yang mampu membangun kepercayaan nasabah. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model konseptual ini secara empiris dengan melibatkan variabel mediasi atau moderasi, seperti kepuasan nasabah, kualitas layanan digital, atau technology readiness, sehingga hubungan antara transformasi digital, digital trust, dan loyalitas nasabah dapat dijelaskan secara lebih komprehensif.

REFERENSI

- Agustiawan, D. A. (2024). Digital Banking Transformation AI Enhances Efficiency And Customer Experience Seminar Perspective Industry. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 191–200. <https://doi.org/10.32509/wacana.v23i1.4130>
- Alidha, M., Putri Sar, A., Sopiattunnisa, R., Azzahra, A., Nurhalizah, L., Sultan, U., S Corresponding, A. T. (2024). Analisis Dampak Digitalisasi Layanan Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah di Era Revolusi Industri 4.0. *Contemporary Journal of Applied Sciences (CJAS)*, 2(3), 203–216. <https://doi.org/10.55927/cjas.v2i3.9681>

- Aprilia, H. M., Fitri, A. O., S Fasa, M. I. (2025). THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY AND MOBILE BANKING OF BANK SYARIAH (BSI) IN REALIZING THE PAPERLESS CONCEPT IN THE SYARIAH BANKING SECTOR. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Dandy Affandy, M., Syahbannuddin, H., S Tinggi Agama Islam Tebingtinggi Deli, S. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP NASABAH DI PT BSI KCP KOTA TEBING TINGGI. In *Jurnal Penelitian dan Ilmu Komunikasi* (Vol. 1, Number 2).
- Diener, F., S Špaček, M. (2021). Digital transformation in banking: A managerial perspective on barriers to change. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su13042032>
- Guo, Y. (2022). 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(4). <https://doi.org/10.1145/3543860>
- Hamzah, A. (2020). Metode penelitian kepustakaan (library research): Kajian filosofis, teoretis, aplikasi, proses, dan hasil penelitian (Edisi revisi). Literasi Nusantara Abadi.
- Ho, H., Han, S. M., Cha, J., S Pham, L. (2025). Mobile Banking Customer Satisfaction and Loyalty: The Roles of Technology Readiness. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(7). <https://doi.org/10.3390/jrfm18070403>
- Ibrahim, M. (2025). The Influence of Digital Transformation on Customer Loyalty in the Banking Sector: The Mediating Role of Customer Experience. *Science, Engineering Management and Information Technology*, 397–417.
- Kurniawan, A. (n.d.). JIMBIS NUSANTARA Jurnal Inovasi Dan Manajemen Bisnis Nusantara Transformasi Digital Banking Bank BJB : Strategi, Inovasi, dan Dampaknya terhadap Kinerja Perbankan. In *JIMBIS* (Vol. 1). Retrieved <http://jurnal.edunovationresearch.org/> Lestari, P. A., S Fasa, M. I. (2025). PT. Media Akademik Publisher TRANSAKSI ONLINE MODERN (INTERNET BANKING DAN MOBILE BANKING). *JMA*, 3(4), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Ariska, N. (2025). Transformasi digital perbankan: Tren, inovasi, dan tantangan menuju masa depan layanan keuangan.
- Munira, M. S. K. (2025). Digital Transformation in Banking: A Systematic Review Of Trends, Technologies, And Challenges. *Strategic Data Management and Innovation*, 2(01), 78–95. <https://doi.org/10.71292/sdmi.v2i01.12>

- Pietrzak, P., S Takala, J. (2021). Digital trust– asystematic literature review. *Forum Scientiae Oeconomia*, 9(3), 59–71. https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO3_4
- Rasyid, G., S Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin, akuntansi. (2024). TANTANGAN DAN PELUANG AKUNTAN PUBLIK DI ERA DIGITAL. In *Business, Accounting and Management Journal (BAMJ)* (Vol. 02, Number 01).
- Wakhidah, R. R., Rakhmad, D., Ashari, W., S Adifan, M. (2025). Digital Transformation in Banking and Its Impact on Customer Experience: A Literature Review on Satisfaction and Loyalty. *ESPAS Journal of Economics and Banking*, 2(1), 58–67. <https://doi.org/10.28926/espas.v2i1.1824>
- Rodrigues, L. F., Oliveira, A., S Rodrigues, H. (2023). Technology management has a significant impact on digital transformation in the banking sector. *International Review of Economics and Finance*, 88, 1375–1388. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.040>
- Saveljeva, J., S Volkova, T. (2025). A Survey on Digital Trust: Towards a Validated Definition. In *Digital* (Vol. 5, Number 2). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/digital5020014>
- Sugihyanto, T., S Arsiah, R. J. (n.d.). The Effect of Digital Banking, Digital Transformation on the Efficiency of Commercial Banks in Indonesia. In *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)* (Vol. 5, Number 2). Retrieved www.bi.go.id
- Suhendri, S., Ridwan, M., Susanti, U., Awan, S., Islam, U., Sumatera Utara, N., Utara, N. S., Negeri, U. I., S Utara, S. (n.d.). MANAJEMEN KOMUNIKASI STRATEGIS DALAM ORGANISASI DI ERA DIGITAL: PENDEKATAN KONTEKSTUAL DI INDONESIA Suhendri 1) Deddy Parwis Jailani Nasution 4).
- Syaipudin, L. (2023). Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 80–98.
- Luthfi, A., Hakim, L., Purnama, C., & Syaipudin, L. (2025). Ekonomi manajerial bisnis digital monetisasi trafight pembaca di Jurnal Ngawi part of Pikiran Rakyat Media Network. *Almawarid: Journal of Management and Business Sciences*, 1(2), 81–89.
- Syarif, A., Nurshani Azmar, R., S Tahir, M. (n.d.). SHOUTIKA : Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah PENGARUH KOMUNIKASI DIGITAL E-BANKING TERHADAP PENINGKATAN

MINAT NASABAH BERTRANSAKSI ONLINE (Studi pada Bank BTN Cabang Panakukang Makassar). Retrieved <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika>

Waliullah, Md., George, M. Z. H., Hasan, M. T., Alam, M. K., Munira, M. S. K., S Siddiqui, N. A. (2025). ASSESSING THE INFLUENCE OF CYBERSECURITY THREATS AND RISKS ON THE ADOPTION AND GROWTH OF DIGITAL BANKING: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. American Journal of Advanced Technology and Engineering Solutions, 1(01), 226–257. <https://doi.org/10.63125/fh49gz18>