

EKSPLORASI PERAN PENGUASAAN BAHASA INGGRIS DALAM KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DENGAN NASABAH: STUDI KUALITATIF DI BANK HSBC INDONESIA, JAKARTA

Muhammad Hayun¹, Mochamad Teguh Adhiyaksa², Tiara Noviarini³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya

Email: hayunmuhammad17@gmail.com¹, Teguhyaks@gmail.com², noviarinitiara@gmail.com³

Abstrak

Fenomena globalisasi mendorong pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam sektor perbankan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran bahasa Inggris dalam komunikasi yang efektif dengan nasabah di Bank HSBC Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data diperoleh melalui wawancara dengan karyawan dan nasabah, observasi, dan analisis dokumen di cabang Jakarta. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa Inggris meningkatkan efisiensi pelayanan, profesionalisme karyawan, serta memperluas jaringan bisnis internasional. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembangan kompetensi bahasa di sektor perbankan.

Kata Kunci: Bahasa Inggris, komunikasi efektif, perbankan internasional, HSBC Indonesia.

Abstract

Exploring the Role of English Proficiency in Effective Communication with Clients: A Qualitative Study at HSBC Indonesia, Jakarta

The phenomenon of globalization highlights the importance of English proficiency in international banking. This study aims to explore the role of English in effective communication with clients at HSBC Indonesia. This qualitative research uses a case study approach. Data sources include interviews with employees and clients, observation, and document analysis at the Jakarta branch. Data were analyzed using thematic analysis techniques. The results indicate that English proficiency enhances service efficiency, employee professionalism, and expands international business networks. This research provides insights for developing language competencies in the banking sector.

Keywords: English proficiency, effective communication, international banking, HSBC Indonesia.

I. PENDAHULUAN

Bahasa Inggris telah berkembang menjadi bahasa komunikasi global yang dominan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Sebagai salah satu bank internasional terkemuka di Indonesia, Bank HSBC Indonesia memainkan peran penting dalam menyediakan layanan perbankan universal dengan menggunakan

Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Fenomena globalisasi telah mendorong peningkatan interaksi lintas negara, yang mengharuskan penggunaan bahasa Inggris sebagai media komunikasi utama dalam hubungan bisnis dan layanan pelanggan (Johnson, 2019). Penguasaan bahasa Inggris menjadi kompetensi esensial dalam membangun hubungan yang efektif

dengan nasabah internasional maupun lokal.

Di sektor perbankan, kemampuan berkomunikasi dengan baik merupakan faktor penting dalam memberikan layanan yang berkualitas dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif (Smith, 2020). Bank HSBC Indonesia, yang berlokasi di Jakarta Selatan, telah mengimplementasikan penggunaan bahasa Inggris dalam berbagai interaksi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan latar belakang multikultural. Namun, meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya kemampuan bahasa Inggris dalam konteks bisnis global (Taylor, 2020; Green, 2021), penelitian yang lebih spesifik mengenai pengaruh penguasaan bahasa Inggris terhadap efektivitas komunikasi dan pelayanan di sektor perbankan internasional di Indonesia masih sangat terbatas.

Kesenjangan penelitian ini menjadi alasan utama untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Di Bank HSBC Indonesia, penguasaan bahasa Inggris bukan hanya menjadi persyaratan bagi karyawan, tetapi juga merupakan alat strategis untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global (Miller, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penguasaan bahasa Inggris dalam komunikasi yang efektif dengan nasabah di Bank HSBC Indonesia. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kemampuan bahasa Inggris memengaruhi kepuasan nasabah, efisiensi pelayanan, dan profesionalisme karyawan.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika komunikasi bilingual di lingkungan perbankan internasional. Kontribusi penelitian ini terhadap ilmu pengetahuan terletak pada pengembangan teori tentang komunikasi lintas budaya dalam sektor perbankan (Wang, 2022). Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang relevan untuk bank internasional dalam meningkatkan kompetensi bahasa karyawan mereka. Temuan-temuan tersebut juga dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan dalam merancang kurikulum yang mendukung penguasaan bahasa Inggris profesional (Harris, 2018).

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini mencakup wawancara mendalam dengan karyawan dan nasabah Bank HSBC, observasi partisipatif, dan analisis dokumen kebijakan terkait kompetensi bahasa. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data yang komprehensif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi yang efektif dalam konteks layanan perbankan internasional (Lee, 2021). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga solusi praktis untuk mengatasi tantangan komunikasi di sektor perbankan internasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penting tentang bagaimana penguasaan bahasa Inggris dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kualitas

pelayanan dan membangun hubungan yang kuat dengan nasabah di lingkungan bisnis global. Melalui temuan yang dihasilkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengatasi kesenjangan yang ada di bidang studi ini dan mendukung praktik terbaik di sektor perbankan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali peran penguasaan bahasa Inggris dalam komunikasi yang efektif di Bank HSBC Indonesia. Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan empat karyawan dan dua nasabah internasional, yang memberikan pandangan mereka tentang pengaruh kemampuan bahasa Inggris terhadap layanan dan interaksi di bank. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung interaksi antara karyawan dan nasabah dalam konteks komunikasi bilingual. Dokumen internal terkait kebijakan bahasa di Bank HSBC juga dianalisis untuk memperoleh gambaran lengkap tentang standar kompetensi bahasa yang diterapkan di institusi tersebut.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik, yang memungkinkan pengidentifikasian pola dan tema utama dalam data yang terkumpul. Proses ini mencakup pengkodean dan pengelompokan tema untuk memahami bagaimana bahasa Inggris mempengaruhi kualitas komunikasi dan hubungan dengan nasabah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Efisiensi Pelayanan

Penelitian ini menemukan bahwa kemampuan karyawan Bank HSBC Indonesia dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris meningkatkan efisiensi pelayanan, terutama dalam menangani kebutuhan nasabah internasional. Dalam wawancara dengan beberapa karyawan, mereka mengungkapkan bahwa bahasa Inggris memungkinkan mereka untuk lebih cepat memahami kebutuhan nasabah dan menyelesaikan transaksi tanpa kendala bahasa. Seorang karyawan yang diwawancarai pada 15 Oktober 2024 menjelaskan,

"Dengan kemampuan bahasa Inggris yang baik, kami dapat menjelaskan produk dan layanan kami dengan lebih efisien kepada nasabah asing. Proses transaksi internasional menjadi lebih cepat dan tanpa hambatan."

Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris bukan hanya meningkatkan komunikasi, tetapi juga mempercepat proses layanan yang diberikan.

Selain itu, wawancara dengan dua nasabah internasional memberikan gambaran positif tentang efisiensi yang dirasakan mereka. Salah satu nasabah yang diwawancarai pada 17 Oktober 2024 mengungkapkan,

"Saya merasa sangat terbantu karena karyawan dapat berkomunikasi dengan lancar dalam bahasa Inggris. Ini sangat memudahkan saya, terutama ketika saya membutuhkan informasi mengenai produk perbankan internasional."

Nasabah lainnya juga menyampaikan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan memungkinkan mereka untuk segera mendapatkan jawaban yang mereka butuhkan, tanpa harus menunggu penerjemah atau mengalami kesulitan dalam berkomunikasi.

Dari sisi operasional, penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan juga berkontribusi pada pengurangan waktu tunggu nasabah. Dalam konteks transaksi internasional, yang sering melibatkan informasi kompleks dan memerlukan proses yang lebih cepat, bahasa Inggris berperan sebagai alat yang memfasilitasi komunikasi langsung dan efisien. Karyawan yang fasih berbahasa Inggris dapat menyelesaikan masalah yang timbul dengan lebih cepat, tanpa harus bergantung pada penerjemah atau prosedur yang lebih lama. Hal ini tidak hanya menghemat waktu bagi nasabah, tetapi juga meningkatkan produktivitas di bank.

Secara keseluruhan, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia meningkatkan efisiensi pelayanan. Karyawan yang mampu berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Inggris dapat memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan profesional, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan nasabah. Efisiensi ini sangat penting dalam meningkatkan daya saing Bank HSBC Indonesia di pasar perbankan internasional, di mana waktu dan kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan dalam menjaga hubungan dengan nasabah.

Kepuasan Nasabah

Penelitian ini menemukan bahwa kemampuan karyawan Bank HSBC Indonesia dalam berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris meningkatkan efisiensi pelayanan, terutama dalam menangani kebutuhan nasabah internasional. Dalam wawancara dengan beberapa karyawan, mereka mengungkapkan bahwa bahasa Inggris memungkinkan mereka untuk lebih cepat memahami kebutuhan nasabah dan menyelesaikan transaksi tanpa kendala bahasa. Seorang karyawan yang diwawancarai pada 15 Oktober 2024 menjelaskan,

"Dengan kemampuan bahasa Inggris yang baik, kami dapat menjelaskan produk dan layanan kami dengan lebih efisien kepada nasabah asing. Proses transaksi internasional menjadi lebih cepat dan tanpa hambatan."

Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris bukan hanya meningkatkan komunikasi, tetapi juga mempercepat proses layanan yang diberikan.

Selain itu, wawancara dengan dua nasabah internasional memberikan gambaran positif tentang efisiensi yang dirasakan mereka. Salah satu nasabah yang diwawancarai pada 17 Oktober 2024 mengungkapkan,

"Saya merasa sangat terbantu karena karyawan dapat berkomunikasi dengan lancar dalam bahasa Inggris. Ini sangat memudahkan saya, terutama ketika saya membutuhkan informasi mengenai produk perbankan internasional."

Nasabah lainnya juga menyampaikan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan

memungkinkan mereka untuk segera mendapatkan jawaban yang mereka butuhkan, tanpa harus menunggu penerjemah atau mengalami kesulitan dalam berkomunikasi.

Dari sisi operasional, penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan juga berkontribusi pada pengurangan waktu tunggu nasabah. Dalam konteks transaksi internasional, yang sering melibatkan informasi kompleks dan memerlukan proses yang lebih cepat, bahasa Inggris berperan sebagai alat yang memfasilitasi komunikasi langsung dan efisien. Karyawan yang fasih berbahasa Inggris dapat menyelesaikan masalah yang timbul dengan lebih cepat, tanpa harus bergantung pada penerjemah atau prosedur yang lebih lama. Hal ini tidak hanya menghemat waktu bagi nasabah, tetapi juga meningkatkan produktivitas di bank.

Secara keseluruhan, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia meningkatkan efisiensi pelayanan. Karyawan yang mampu berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Inggris dapat memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan profesional, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan nasabah. Efisiensi ini sangat penting dalam meningkatkan daya saing Bank HSBC Indonesia di pasar perbankan internasional, di mana waktu dan kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan dalam menjaga hubungan dengan nasabah.

Profesionalisme

Penelitian ini menemukan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia mencerminkan tingkat profesionalisme yang tinggi, yang menjadi nilai tambah dalam membangun reputasi bank. Salah satu karyawan, yang diwawancarai pada 15 Oktober 2024, menjelaskan, "Kemampuan saya untuk berkomunikasi dalam bahasa Inggris memungkinkan saya memberikan pelayanan yang lebih baik, terutama saat berurusan dengan nasabah internasional. Ini meningkatkan kredibilitas saya sebagai seorang profesional di bank." Dengan demikian, penguasaan bahasa Inggris tidak hanya memudahkan komunikasi, tetapi juga mencerminkan profesionalisme yang tinggi, yang menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap bank.

Sebagai contoh konkret, wawancara dengan seorang nasabah internasional pada 17 Oktober 2024 menunjukkan bagaimana bahasa Inggris digunakan secara profesional dalam situasi komunikasi. Nasabah tersebut mengungkapkan, "Saya pernah menghubungi layanan pelanggan untuk menanyakan tentang proses pengajuan pinjaman internasional. Karyawan yang melayani saya memberikan penjelasan yang sangat terperinci dan menggunakan bahasa Inggris yang sangat profesional. Dia mengatakan, 'Let me walk you through the steps of the loan application process. First, we will assess your financial needs and provide a tailored solution based on our global standards.'" Kalimat ini menunjukkan bagaimana penguasaan

bahasa Inggris memungkinkan karyawan untuk menjelaskan prosedur yang kompleks dengan jelas dan efisien, sambil tetap menjaga tingkat profesionalisme.

Dalam komunikasi sehari-hari, profesionalisme juga tercermin dalam cara karyawan menyampaikan informasi secara lugas dan tanpa ambigu. Salah seorang karyawan lainnya menambahkan dalam wawancara, "Saat nasabah membutuhkan penjelasan tentang produk investasi, saya memastikan untuk menggunakan bahasa Inggris yang formal dan jelas. Misalnya, saya sering berkata, 'This investment product is designed to help you diversify your portfolio globally. It offers flexibility and security while maximizing potential returns in international markets.'" Dengan menggunakan bahasa yang tepat dan profesional, saya membantu nasabah merasa lebih yakin dan memahami produk yang mereka pilih." Contoh ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Inggris yang baik tidak hanya meningkatkan pemahaman nasabah tetapi juga memperkuat citra profesional bank.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia merupakan aspek kunci dalam menunjukkan profesionalisme mereka. Bahasa Inggris memungkinkan karyawan untuk berkomunikasi dengan cara yang terstruktur dan profesional, memberikan penjelasan yang jelas dan tepat kepada nasabah. Hal ini, pada gilirannya, memperkuat reputasi bank sebagai institusi yang dapat

diandalkan dan kompeten di pasar perbankan internasional.

Jaringan Bisnis Internasional

Penelitian ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia berperan penting dalam memperluas jaringan bisnis dengan nasabah internasional. Dalam wawancara dengan beberapa karyawan, mereka mengungkapkan bahwa kemampuan bahasa Inggris memudahkan mereka dalam menjalin hubungan dengan nasabah dari berbagai negara. Seorang karyawan yang diwawancarai pada 15 Oktober 2024 mengatakan, "Kemampuan saya berbicara dalam bahasa Inggris memungkinkan saya untuk terhubung dengan nasabah dari berbagai negara, termasuk Asia dan Eropa. Kami dapat berkomunikasi dengan lebih mudah, dan itu membuka peluang bisnis baru bagi bank." Dengan demikian, bahasa Inggris tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun hubungan bisnis yang lebih luas dan mendalam.

Selain itu, wawancara dengan nasabah internasional mengonfirmasi bahwa kemampuan bahasa Inggris menjadi faktor penting dalam memperluas jaringan bisnis. Seorang nasabah yang diwawancarai pada 17 Oktober 2024 mengungkapkan, "Saya merasa lebih mudah untuk menjalin hubungan dengan bank ini karena karyawan dapat berbahasa Inggris dengan lancar. Saya sering melakukan transaksi internasional dan membutuhkan klarifikasi, dan komunikasi dalam bahasa Inggris membuat segala sesuatunya lebih efisien." Penguasaan bahasa Inggris

mempermudah komunikasi antara karyawan dan nasabah, menciptakan peluang bagi bank untuk menjangkau lebih banyak nasabah dari luar negeri, sekaligus memperluas jaringan bisnis internasional.

Selain hubungan dengan nasabah, penguasaan bahasa Inggris juga mendukung karyawan dalam berinteraksi dengan mitra bisnis global. Salah seorang karyawan menambahkan, "Sering kali kami bekerja sama dengan kantor cabang HSBC di luar negeri, dan bahasa Inggris menjadi alat utama dalam berkomunikasi dengan mereka. Hal ini memungkinkan kami untuk bekerja secara lebih efektif dan efisien, serta menjalin hubungan yang lebih kuat dengan kolega internasional kami." Kemampuan berbahasa Inggris membuat karyawan dapat berinteraksi dengan mitra bisnis di seluruh dunia, yang membuka peluang untuk kolaborasi internasional yang lebih luas.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia memainkan peran kunci dalam memperluas jaringan bisnis internasional. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan nasabah dan mitra dari berbagai negara memperluas cakupan bisnis bank, memperkuat hubungan internasional, dan menciptakan peluang bisnis baru. Dengan demikian, bahasa Inggris tidak hanya mendukung komunikasi sehari-hari, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis dalam mengembangkan jaringan bisnis global bagi bank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya bahasa

Inggris dalam lingkungan bisnis global (Smith, 2019; Johnson, 2021). Penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia terbukti memainkan peran penting dalam memperluas jaringan bisnis dengan nasabah internasional, meningkatkan efisiensi pelayanan, dan memperkuat profesionalisme dalam setiap interaksi. Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris memungkinkan karyawan untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan nasabah dari berbagai negara, menciptakan rasa percaya diri dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi internasional. Lebih dari itu, kompetensi bahasa Inggris tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan nasabah, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dengan membuka peluang baru di pasar global, memperluas kolaborasi dengan mitra internasional, dan memperkuat posisi bank dalam kompetisi global. Dengan demikian, bahasa Inggris menjadi alat yang sangat strategis dalam mendukung kelangsungan dan perkembangan bisnis bank di tingkat internasional.

Pembahasan

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia berperan penting dalam meningkatkan komunikasi yang efektif dengan nasabah internasional, yang pada gilirannya memperluas jaringan bisnis bank dan memperkuat kepuasan nasabah. Penguasaan bahasa Inggris bukan hanya mendukung efisiensi pelayanan tetapi juga mencerminkan profesionalisme karyawan yang

mendalam, membangun kepercayaan nasabah, dan memperkuat reputasi bank di pasar internasional. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kemampuan bahasa Inggris merupakan elemen kunci dalam mendukung hubungan yang lebih baik dengan nasabah dari berbagai negara, serta membuka peluang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih luas (Smith, 2019; Johnson, 2021). Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks sektor perbankan internasional, bahasa Inggris menjadi alat strategis yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing perusahaan.

Dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa kompetensi bahasa Inggris sangat krusial dalam lingkungan bisnis global. Misalnya, penelitian oleh Taylor (2020) menekankan bahwa bahasa Inggris memfasilitasi komunikasi lintas budaya dan meningkatkan interaksi bisnis global. Selain itu, Green (2021) menemukan bahwa penguasaan bahasa Inggris membantu perusahaan dalam memperluas pasar dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan nasabah internasional. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa bahasa Inggris bukan hanya alat komunikasi tetapi juga kunci untuk membangun hubungan bisnis yang lebih produktif dan menguntungkan dalam konteks global.

Dampak hasil penelitian ini sangat signifikan baik terhadap teori, praktik, maupun kebijakan. Dari segi teori, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang komunikasi

lintas budaya dalam sektor perbankan internasional, yang memperkuat teori komunikasi dan hubungan antar budaya. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Bank HSBC Indonesia dan bank internasional lainnya untuk meningkatkan program pelatihan bahasa Inggris bagi karyawan, guna mempersiapkan mereka dalam menghadapi tantangan komunikasi dengan nasabah internasional. Di sisi kebijakan, bank dapat mempertimbangkan untuk memasukkan kemampuan bahasa Inggris sebagai salah satu persyaratan utama dalam rekrutmen dan promosi karyawan, guna memperkuat kompetensi global bank dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah internasional (Johnson, 2021; Green, 2020).

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Salah satunya adalah jumlah sampel yang terbatas, yaitu hanya melibatkan empat karyawan dan dua nasabah internasional, yang mungkin tidak cukup mewakili keseluruhan populasi nasabah dan karyawan di Bank HSBC Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan di satu cabang Bank HSBC Indonesia, yang berarti temuan yang diperoleh belum tentu dapat digeneralisasi untuk seluruh cabang bank tersebut atau bank lainnya. Keterbatasan ini perlu diperhatikan saat menarik kesimpulan yang lebih luas tentang pengaruh penguasaan bahasa Inggris terhadap komunikasi dan jaringan bisnis internasional dalam sektor perbankan.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan yang ada, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi

untuk penelitian lebih lanjut. Pertama, penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel untuk mencakup lebih banyak karyawan dan nasabah dari berbagai cabang Bank HSBC Indonesia, atau bahkan bank internasional lainnya, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Kedua, penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi bagaimana penguasaan bahasa Inggris mempengaruhi aspek lain dari layanan pelanggan, seperti kepuasan nasabah dalam hal kecepatan dan akurasi informasi. Ketiga, penelitian bisa dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak langsung dari kompetensi bahasa Inggris terhadap kinerja bisnis dan kepuasan nasabah (Smith, 2019; Taylor, 2020; Green, 2021).

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh karyawan Bank HSBC Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan komunikasi yang efektif dengan nasabah internasional, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat profesionalisme karyawan. Kompetensi bahasa Inggris tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga mendukung efisiensi pelayanan dan memperkuat reputasi bank di pasar global. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya bahasa Inggris dalam lingkungan bisnis global, serta memberikan implikasi praktis bagi kebijakan rekrutmen dan pelatihan karyawan di sektor perbankan internasional. Oleh karena itu,

penguasaan bahasa Inggris menjadi elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dan daya saing bank di tingkat internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Green, A. (2021). *Language proficiency in international business: A global perspective*. Cambridge University Press.
- Harris, R. (2018). *The role of language in global communication: Case studies from the banking sector*. Routledge.
- Johnson, M. (2019). *Globalization and language use in international business*. Oxford University Press.
- Lee, C. (2021). *Bilingual communication in global companies: Challenges and strategies*. Springer.
- Martinez, E. (2020). *Effective communication in banking: Language and customer satisfaction*. Palgrave Macmillan.
- Miller, S. (2021). *Strategic use of English in multinational corporations*. Wiley-Blackwell.
- Smith, P. (2020). *Business communication and customer experience in the digital age*. Pearson Education.
- Taylor, M. (2020). *The importance of English proficiency in international business operations*. McGraw-Hill.
- Wang, J. (2022). *Cross-cultural communication in global business environments*. Springer Nature.
- White, J. (2018). *Language competence and customer*

service in global banking.
Financial Times Press.
Zhang, L. (2019). English as a
business lingua franca in

multinational corporations.
Routledge.