

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA SEDERHANA DALAM MENJELASKAN PRODUK PERBANKAN KEPADA NASABAH

Linda Ayu Pertiwi¹, Irma Nurfaddillah²

lindaayupertiwi@iaiyasnibungo.ac.id¹, irmanurfaddillah09@gmail.com²

Universitas Islam Yasni Bungo

ABSTRAK

Penggunaan bahasa yang sederhana dalam komunikasi perbankan menjadi aspek penting dalam membantu nasabah memahami karakteristik, manfaat, prosedur, serta risiko produk perbankan. Istilah teknis dan penyampaian informasi yang terlalu kompleks berpotensi menimbulkan kesenjangan pemahaman antara pihak perbankan dan nasabah, terutama bagi nasabah yang memiliki tingkat literasi keuangan yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan bahasa Indonesia sederhana dalam menjelaskan produk perbankan kepada nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan. Data diperoleh melalui penelaahan berbagai sumber literatur yang relevan, seperti artikel jurnal ilmiah, buku, dan sumber akademik lainnya yang membahas komunikasi perbankan, penggunaan bahasa sederhana, pemahaman nasabah, dan literasi keuangan. Data dianalisis secara deskriptif melalui proses identifikasi, pengelompokan, interpretasi, dan sintesis terhadap informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia sederhana dapat meningkatkan keterpahaman nasabah terhadap informasi produk, mempermudah penyampaian manfaat dan ketentuan produk, serta mendorong nasabah untuk lebih memahami informasi sebelum mengambil keputusan. Penyederhanaan bahasa juga berkontribusi terhadap terciptanya komunikasi yang lebih terbuka, jelas, dan responsif antara pihak perbankan dan nasabah. Dengan demikian, penggunaan bahasa Indonesia sederhana merupakan strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung pemahaman nasabah, meningkatkan kualitas penyampaian informasi, serta mendukung pelayanan perbankan yang lebih inklusif.

Kata Kunci: Bahasa Komunikatif, Layanan Nasabah, Produk Keuangan, Informasi, Komunikasi Efektif.

ABSTRACT

The use of simple language in banking communication is an important aspect of helping customers understand the characteristics, benefits, procedures, and risks associated with banking products. Technical terms and overly complex information delivery can create a gap in understanding between banks and customers, particularly among customers with varying levels of financial literacy. This study aims to analyze the effectiveness of using simple Indonesian in explaining banking products to customers. This study employs a descriptive qualitative method using a literature review approach. Data were obtained through an analysis of relevant literature, including scholarly journal articles, books, and other academic sources addressing banking communication, the use of simple language, customer comprehension, and financial literacy. The data were analyzed descriptively through the identification, categorization, interpretation, and synthesis of information relevant to the research focus. The findings indicate that the use of simple Indonesian can improve customers' comprehension of product information, facilitate the explanation of product benefits and terms, and encourage customers to better understand relevant information before making decisions. Simplifying language also contributes to more open, clear, and responsive communication between banking staff and customers. Therefore, the use of simple Indonesian is an effective communication strategy for supporting customer understanding, improving the quality of information delivery, and promoting more inclusive banking services.

Keywords: Communicative Language, Customer Service, Financial Products, Information, Effective Communication.

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan bagian integral dari sistem perekonomian yang menjalankan fungsi intermediasi melalui penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran dana dalam berbagai bentuk layanan keuangan. Perkembangan industri perbankan telah menghasilkan diversifikasi produk yang semakin kompleks, mencakup produk simpanan, kredit atau pembiayaan, kartu perbankan, layanan transaksi, serta produk berbasis teknologi digital (Gibran et al., 2026). Diversifikasi tersebut memberikan alternatif yang semakin luas bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial. Kompleksitas karakteristik produk juga meningkatkan kebutuhan terhadap informasi yang dapat dipahami secara tepat oleh nasabah. Setiap produk memiliki ketentuan, manfaat, biaya, prosedur, hak, kewajiban, serta risiko yang berbeda. Pemahaman terhadap komponen tersebut menjadi prasyarat bagi nasabah untuk menentukan kesesuaian suatu produk dengan kebutuhan dan kemampuan finansialnya.

Informasi produk perbankan memiliki karakteristik yang berbeda dari informasi yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Informasi tersebut sering memuat istilah teknis, ketentuan administratif, mekanisme transaksi, struktur biaya, perhitungan finansial, serta konsekuensi hukum tertentu. Istilah seperti suku bunga, margin, tenor, saldo minimum, biaya administrasi, jatuh tempo, denda, bunga efektif, dan berbagai istilah layanan digital memiliki makna khusus dalam sistem perbankan. Penguasaan terminologi tersebut relatif lebih tinggi pada pihak yang bekerja dalam lingkungan perbankan dibandingkan masyarakat sebagai pengguna layanan. Perbedaan penguasaan pengetahuan tersebut dapat membentuk kesenjangan komunikasi ketika informasi disampaikan tanpa mempertimbangkan tingkat pemahaman penerima pesan. Informasi yang secara substantif benar belum tentu menghasilkan pemahaman yang benar apabila bahasa yang digunakan tidak dapat diterima secara optimal oleh nasabah (Purba et al., 2025).

Komunikasi antara petugas bank dan nasabah memiliki posisi strategis dalam mengatasi kesenjangan pemahaman tersebut. Petugas perbankan tidak hanya berperan menyampaikan informasi mengenai suatu produk, tetapi juga bertanggung jawab memastikan informasi tersebut dapat dipahami oleh nasabah. Proses komunikasi yang efektif menuntut adanya kesesuaian antara substansi pesan, bentuk bahasa, konteks penyampaian, dan karakteristik penerima informasi. Penggunaan bahasa yang terlalu teknis dapat meningkatkan hambatan pemahaman, sedangkan penggunaan bahasa yang terlalu sederhana tanpa mempertahankan substansi informasi dapat mengurangi ketepatan pesan. Persoalan komunikasi perbankan terletak pada kemampuan mencapai keseimbangan antara ketepatan terminologi dan keterpahaman informasi (Sofiah, 2024).

Bahasa Indonesia sederhana dalam konteks pelayanan perbankan dapat ditempatkan sebagai pendekatan komunikasi yang mengutamakan kejelasan pesan melalui pemilihan kosakata yang familiar, struktur kalimat yang efektif, penjelasan istilah teknis, serta penyampaian informasi berdasarkan kebutuhan pemahaman nasabah. Kesederhanaan bahasa tidak identik dengan pengurangan substansi informasi. Konsep tersebut mengarah pada perubahan bentuk penyampaian tanpa mengubah makna pokok yang harus diterima oleh nasabah. Istilah teknis yang memiliki fungsi khusus tetap dapat digunakan apabila diperlukan, tetapi penggunaannya perlu disertai penjelasan yang relevan. Pendekatan tersebut memungkinkan informasi yang bersifat teknis diterjemahkan ke dalam bentuk komunikasi yang lebih dekat dengan pengalaman dan kemampuan pemahaman masyarakat (Dali Widya, 2026).

Kebutuhan terhadap bentuk komunikasi yang mudah dipahami memiliki keterkaitan dengan kondisi literasi keuangan masyarakat. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengenali produk dan layanan keuangan, tetapi mencakup pengetahuan dan kemampuan dalam memahami manfaat, karakteristik, risiko, serta konsekuensi penggunaan produk keuangan. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan menunjukkan bahwa

peningkatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan perlu berjalan seiring dengan peningkatan pengetahuan dan pemahaman terhadap produk yang digunakan. Kondisi tersebut menempatkan komunikasi informasi sebagai salah satu aspek yang relevan dalam penguatan literasi keuangan. Nasabah yang telah memiliki akses terhadap layanan perbankan belum tentu memiliki pemahaman yang setara mengenai seluruh karakteristik produk yang digunakan (Fitaningrum et al., 2024). Kualitas informasi yang diterima menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi proses pembentukan pemahaman tersebut.

Efektivitas komunikasi dalam pelayanan perbankan tidak cukup dinilai berdasarkan tersampainya informasi dari petugas kepada nasabah. Efektivitas komunikasi perlu dilihat berdasarkan tingkat keterpahaman pesan yang dihasilkan. Informasi dapat dikategorikan komunikatif apabila nasabah mampu menangkap substansi penjelasan, memahami istilah yang digunakan, mengidentifikasi ketentuan produk, serta menghubungkan informasi tersebut dengan kebutuhan yang dimilikinya. Respons nasabah selama interaksi juga dapat menjadi indikator keterpahaman. Kemampuan mengajukan pertanyaan yang relevan, menjelaskan kembali informasi yang telah diterima, mengidentifikasi biaya dan risiko, serta menentukan pilihan berdasarkan informasi merupakan bentuk respons yang dapat menunjukkan keberhasilan proses komunikasi (Aulia et al., 2025).

Perspektif pelayanan konsumen menempatkan keterbukaan informasi sebagai unsur penting dalam hubungan antara penyedia jasa keuangan dan masyarakat. Nasabah membutuhkan informasi yang memadai sebelum menggunakan suatu produk karena keputusan finansial dapat menimbulkan konsekuensi dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Informasi yang jelas memberikan ruang bagi nasabah untuk melakukan pertimbangan secara lebih rasional. Komunikasi yang mudah dipahami juga dapat memperkuat posisi nasabah sebagai pihak yang memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan (Khafidz et al., 2024). Dalam konteks tersebut, penggunaan bahasa sederhana memiliki relevansi bukan hanya terhadap aspek linguistik, tetapi juga terhadap transparansi informasi dan kualitas interaksi pelayanan.

Hambatan komunikasi dapat muncul ketika petugas berorientasi pada kelengkapan informasi tanpa memperhatikan keterpahaman pesan. Penyampaian informasi secara cepat, penggunaan istilah teknis secara berlebihan, struktur penjelasan yang tidak sistematis, serta minimnya kesempatan bagi nasabah untuk bertanya dapat menyebabkan informasi diterima secara tidak utuh. Hambatan tersebut tidak selalu menunjukkan kesalahan substansi pada informasi yang diberikan. Permasalahan dapat muncul pada cara informasi dikonstruksi dan disampaikan kepada penerima pesan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kualitas komunikasi perlu dianalisis tidak hanya dari perspektif penyampai informasi, tetapi juga berdasarkan pengalaman dan respons nasabah sebagai penerima informasi (Prambudhi et al., 2025).

Kajian mengenai komunikasi perbankan selama ini banyak ditempatkan dalam pembahasan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, literasi keuangan, kepercayaan nasabah, dan perilaku penggunaan produk. Perspektif bahasa sebagai instrumen utama dalam proses penyampaian informasi produk memiliki ruang kajian yang lebih spesifik. Bahasa menentukan bagaimana konsep perbankan yang bersifat teknis diterima oleh masyarakat. Kelengkapan informasi tidak memiliki fungsi optimal apabila penerima pesan tidak mampu memahami substansinya. Posisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji penggunaan bahasa secara lebih terarah, terutama berkaitan dengan kemampuan bahasa sederhana dalam menjembatani perbedaan pengetahuan antara petugas perbankan dan nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Metode tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam

mengenai efektivitas penggunaan bahasa Indonesia sederhana dalam menjelaskan produk perbankan kepada nasabah melalui penelaahan berbagai sumber literatur yang relevan. Kajian diarahkan pada identifikasi, analisis, dan interpretasi informasi yang berkaitan dengan penggunaan bahasa dalam komunikasi perbankan, keterpahaman informasi produk, literasi keuangan, komunikasi pelayanan, serta perlindungan konsumen dalam sektor jasa keuangan. Karakteristik studi kepustakaan memungkinkan penelitian membangun pemahaman konseptual berdasarkan hasil kajian dan temuan yang telah dipublikasikan dalam berbagai sumber ilmiah.

Sumber data penelitian berupa literatur ilmiah dan dokumen yang memiliki relevansi dengan fokus kajian. Literatur utama terdiri atas artikel jurnal ilmiah, buku akademik, prosiding, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas bahasa sederhana, komunikasi perbankan, pemahaman nasabah, literasi keuangan, informasi produk keuangan, dan kualitas pelayanan. Sumber pendukung berupa dokumen resmi dan regulasi yang berkaitan dengan penyampaian informasi serta perlindungan konsumen pada sektor jasa keuangan. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan relevansi terhadap topik penelitian, kredibilitas penerbit, kualitas akademik, serta kemutakhiran informasi yang disajikan (Rifa'i, 2023).

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis berdasarkan kata kunci yang berkaitan dengan fokus penelitian. Literatur yang diperoleh selanjutnya diidentifikasi dan diseleksi berdasarkan kesesuaian substansi dengan permasalahan penelitian. Informasi yang relevan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema yang mencakup karakteristik bahasa sederhana, komunikasi produk perbankan, keterpahaman nasabah, efektivitas penyampaian informasi, literasi keuangan, serta perlindungan konsumen. Proses klasifikasi dilakukan untuk mempermudah identifikasi hubungan antarkonsep dan menemukan kecenderungan temuan dari berbagai sumber yang dikaji.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif melalui proses membaca secara kritis, mengidentifikasi informasi yang relevan, membandingkan temuan antarsumber, serta melakukan sintesis terhadap berbagai hasil penelitian terdahulu. Informasi yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian dikelompokkan berdasarkan tema dan dianalisis untuk memperoleh pola yang menunjukkan hubungan antara penggunaan bahasa sederhana dengan tingkat keterpahaman terhadap informasi produk perbankan. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mempertimbangkan konteks penelitian masing-masing sumber sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor yang mendukung efektivitas penggunaan bahasa sederhana dalam komunikasi perbankan (Rifa'i, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Bahasa dalam Komunikasi Produk Perbankan

Komunikasi produk perbankan memiliki karakteristik bahasa yang cenderung formal, teknis, dan berorientasi pada ketepatan informasi. Karakteristik tersebut muncul karena informasi perbankan berkaitan dengan ketentuan produk, mekanisme transaksi, biaya, hak dan kewajiban nasabah, serta risiko finansial yang memerlukan penyampaian secara akurat. Penggunaan istilah khusus menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari komunikasi perbankan, seperti suku bunga, tenor, angsuran, saldo minimum, biaya administrasi, jatuh tempo, denda, margin, dan berbagai istilah lain sesuai dengan karakteristik produk. Terminologi tersebut memiliki makna spesifik dalam sistem perbankan sehingga penggunaannya diperlukan untuk menjaga ketepatan substansi informasi. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan ketika istilah yang bersifat teknis disampaikan kepada nasabah tanpa penjelasan yang disesuaikan dengan tingkat pemahamannya (Khairani, 2023).

Fenomena tersebut menunjukkan adanya perbedaan karakteristik pengetahuan antara pihak perbankan sebagai penyedia informasi dan nasabah sebagai penerima informasi. Petugas perbankan terbiasa menggunakan terminologi profesional dalam menjalankan tugas

pelayanan, sedangkan nasabah memiliki tingkat pengalaman dan pengetahuan mengenai produk keuangan yang beragam. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan suatu informasi dipahami secara berbeda meskipun disampaikan dengan maksud yang sama. Nasabah dapat mengenali istilah tertentu tanpa memahami konsekuensi atau makna yang terkandung di dalamnya (Khafidz et al., 2024). Persoalan tersebut terutama muncul pada informasi yang berkaitan dengan biaya, perhitungan, persyaratan, serta risiko produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketepatan istilah belum secara otomatis menghasilkan keterpahaman informasi.

Hasil kajian terhadap literatur mengenai komunikasi pelayanan dan literasi keuangan menunjukkan bahwa keterpahaman informasi merupakan unsur penting dalam proses penyampaian produk keuangan. Bahasa yang terlalu teknis dapat meningkatkan beban kognitif penerima informasi karena nasabah harus memahami istilah sekaligus menginterpretasikan kaitannya dengan produk yang ditawarkan. Bahasa yang lebih sederhana memberikan peluang bagi nasabah untuk memahami substansi informasi tanpa harus memiliki penguasaan terminologi perbankan secara mendalam. Kesederhanaan tersebut dapat diwujudkan melalui penggunaan kosakata yang familiar, kalimat yang efektif, penjelasan istilah teknis, serta pemberian contoh konkret yang berkaitan dengan kondisi nasabah (Gibran et al., 2026).

Karakteristik bahasa dalam komunikasi produk perbankan pada akhirnya memperlihatkan adanya kebutuhan untuk menyeimbangkan ketepatan terminologi dengan keterpahaman informasi. Bahasa profesional diperlukan untuk menjaga akurasi dan konsistensi informasi, sedangkan bahasa sederhana diperlukan agar informasi tersebut dapat diterima oleh nasabah dengan latar belakang pengetahuan yang beragam. Keseimbangan kedua aspek tersebut menjadi dasar penting dalam menilai efektivitas komunikasi produk perbankan (Fitaningrum et al., 2024). Temuan ini menjadi landasan untuk menganalisis keterpahaman nasabah terhadap informasi produk serta sejauh mana penggunaan bahasa Indonesia sederhana dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pada pembahasan berikutnya.

Efektivitas Bahasa Indonesia Sederhana dalam Komunikasi Produk Perbankan

Penggunaan bahasa sederhana juga memiliki keterkaitan dengan berkurangnya potensi kesalahpahaman dalam proses komunikasi. Informasi perbankan yang disampaikan menggunakan istilah teknis tanpa penjelasan dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda antara petugas dan nasabah. Penyederhanaan bahasa memberikan ruang bagi nasabah untuk memahami makna informasi berdasarkan konteks yang lebih konkret. Penjelasan mengenai suatu istilah melalui contoh, perbandingan, atau ilustrasi dapat membantu nasabah menghubungkan konsep perbankan dengan kondisi yang mereka hadapi (Zhaharah, 2024). Proses tersebut penting terutama pada informasi yang berkaitan dengan biaya, kewajiban pembayaran, jangka waktu, serta risiko penggunaan produk karena kesalahan pemahaman terhadap aspek tersebut dapat memengaruhi keputusan finansial nasabah.

Efektivitas bahasa sederhana tidak berarti bahwa seluruh informasi perbankan harus diubah menjadi bahasa sehari-hari tanpa mempertahankan istilah profesional. Produk perbankan memiliki aspek teknis dan regulatif yang membutuhkan ketepatan terminologi. Penyederhanaan yang dilakukan secara berlebihan justru dapat menimbulkan distorsi makna atau menghilangkan informasi penting. Efektivitas komunikasi terletak pada kemampuan menyederhanakan bentuk penyampaian tanpa mengurangi substansi informasi yang harus diketahui nasabah. Penggunaan istilah teknis perlu disertai definisi atau penjelasan yang relevan sehingga ketepatan informasi dan keterpahaman dapat dipertahankan secara bersamaan (Subhan et al., 2024).

Efektivitasnya tercermin melalui peningkatan kejelasan informasi, kemudahan memahami istilah perbankan, pengurangan potensi kesalahpahaman, peningkatan keterlibatan nasabah, serta dukungan terhadap proses pengambilan keputusan. Temuan tersebut

menunjukkan bahwa kualitas komunikasi produk perbankan tidak hanya bergantung pada substansi informasi yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan penyedia layanan mengemas informasi sesuai dengan kapasitas pemahaman nasabah. Bahasa sederhana menjadi salah satu instrumen yang dapat memperkuat keterhubungan antara informasi produk dan kebutuhan pemahaman masyarakat sebagai pengguna layanan perbankan (Aulia et al., 2025).

Bahasa Sederhana dalam Mendukung Literasi Keuangan dan Kualitas Pelayanan

Penggunaan bahasa sederhana dalam komunikasi produk perbankan memiliki keterkaitan dengan kemampuan nasabah dalam memahami informasi keuangan. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kepemilikan pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami informasi, mempertimbangkan manfaat dan risiko, serta menggunakan pengetahuan tersebut dalam menentukan keputusan keuangan. Informasi yang disampaikan menggunakan terminologi yang sulit dipahami dapat membatasi proses pembentukan pengetahuan nasabah. Bahasa sederhana memberikan bentuk penyampaian yang lebih mudah diterima sehingga informasi mengenai karakteristik, manfaat, biaya, kewajiban, dan risiko produk dapat dipahami berdasarkan konteks penggunaannya (Dali Widya, 2026).

Fenomena rendahnya pemahaman terhadap istilah keuangan menunjukkan bahwa kepemilikan akses terhadap produk perbankan tidak selalu mencerminkan kemampuan memahami produk tersebut. Nasabah dapat menggunakan layanan perbankan secara rutin tanpa memahami secara menyeluruh ketentuan yang melekat pada produk. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kebutuhan terhadap proses komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif. Penggunaan bahasa sederhana dapat membantu mengubah informasi teknis menjadi pengetahuan yang lebih mudah dipahami (Fitaningrum et al., 2024). Penjelasan yang disusun berdasarkan istilah yang familiar dan contoh yang konkret memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menghubungkan informasi produk dengan kondisi keuangan yang dihadapi.

Keterkaitan bahasa sederhana dengan kualitas pelayanan terlihat dari perubahan pola interaksi antara petugas dan nasabah. Informasi yang mudah dipahami menciptakan ruang komunikasi yang lebih terbuka karena nasabah memiliki dasar pengetahuan untuk menyampaikan kebutuhan dan mengajukan pertanyaan. Petugas dapat memberikan penjelasan berdasarkan kebutuhan informasi yang belum dipahami oleh nasabah. Interaksi tersebut menghasilkan proses pelayanan yang lebih komunikatif dan berorientasi pada pemahaman, bukan sekadar penyelesaian transaksi. Kualitas pelayanan dalam konteks tersebut tidak hanya dinilai berdasarkan kecepatan atau ketepatan layanan, tetapi juga berdasarkan kemampuan petugas memastikan informasi yang diberikan dapat diterima secara jelas (Khafidz et al., 2024).

Penggunaan bahasa sederhana memiliki relevansi terhadap transparansi pelayanan perbankan. Nasabah memiliki kebutuhan untuk mengetahui konsekuensi dari produk yang akan digunakan sebelum mengambil keputusan. Penyampaian informasi dengan bahasa yang mudah dipahami dapat memperjelas hak, kewajiban, biaya, persyaratan, dan risiko yang melekat pada produk. Transparansi tersebut dapat memperkuat kepercayaan nasabah karena informasi tidak disampaikan dalam bentuk yang terlalu kompleks atau sulit diinterpretasikan. Hubungan pelayanan menjadi lebih terbuka ketika nasabah memperoleh kesempatan untuk memahami informasi secara memadai sebelum menyatakan persetujuan terhadap suatu produk (Khafidz et al., 2024).

Hambatan dan Strategi Optimalisasi Penggunaan Bahasa Indonesia Sederhana

a. Hambatan Penggunaan Bahasa Indonesia Sederhana

1. Kompleksitas Istilah Perbankan, Produk perbankan menggunakan istilah teknis yang memiliki makna khusus. Penggunaan istilah secara langsung dapat menyulitkan nasabah, sedangkan penyederhanaan secara berlebihan berisiko mengurangi ketepatan

- informasi.
2. Perbedaan Literasi Keuangan Nasabah, Tingkat pengetahuan dan pengalaman nasabah terhadap produk keuangan berbeda-beda. Kondisi tersebut menyebabkan bahasa yang mudah dipahami oleh satu kelompok nasabah belum tentu dapat dipahami oleh kelompok lainnya.
 3. Keterbatasan Media Komunikasi, Penyampaian informasi melalui brosur, aplikasi, situs web, atau media digital memiliki karakteristik yang berbeda. Keterbatasan ruang dan bentuk penyajian dapat memengaruhi kejelasan informasi yang diterima nasabah (Rohmah, 2026).
- b. Strategi Optimalisasi
1. Memberikan Penjelasan terhadap Istilah Teknis, Istilah perbankan yang diperlukan tetap digunakan dengan disertai definisi atau penjelasan menggunakan bahasa yang lebih familiar agar maknanya dapat dipahami nasabah.
 2. Menggunakan Contoh Konkret, Konsep yang bersifat teknis dapat dijelaskan melalui contoh atau ilustrasi yang berkaitan dengan kondisi nyata sehingga nasabah lebih mudah memahami manfaat, biaya, kewajiban, dan risiko produk.
 3. Menyesuaikan Bahasa dengan Nasabah, Penyampaian informasi perlu mempertimbangkan tingkat pengetahuan dan pengalaman nasabah. Penyesuaian kosakata dan kedalaman penjelasan dapat meningkatkan keterpahaman informasi.
 4. Menjaga Keseimbangan antara Kesederhanaan dan Ketepatan, Bahasa sederhana perlu diterapkan tanpa menghilangkan substansi informasi. Ketepatan mengenai persyaratan, biaya, hak, kewajiban, dan risiko tetap harus dipertahankan dalam setiap bentuk komunikasi produk perbankan (Scheld & Stolper, 2021).

KESIMPULAN

Penggunaan bahasa Indonesia sederhana terbukti secara konseptual mampu mendukung keterpahaman informasi melalui penggunaan kosakata yang familiar, struktur kalimat yang jelas, penjelasan istilah teknis, serta pemberian contoh konkret. Efektivitasnya tercermin melalui kemudahan nasabah dalam memahami karakteristik produk, berkurangnya potensi kesalahpahaman, meningkatnya keterlibatan dalam proses komunikasi, serta tersedianya informasi yang lebih memadai sebagai dasar pengambilan keputusan. Kondisi tersebut berimplikasi pada kualitas pelayanan melalui terciptanya komunikasi yang lebih transparan, informatif, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Penerapan bahasa sederhana masih menghadapi hambatan berupa kompleksitas istilah perbankan, perbedaan tingkat literasi keuangan nasabah, serta karakteristik media komunikasi yang beragam. Hambatan tersebut dapat diminimalkan melalui pemberian penjelasan terhadap istilah teknis, penggunaan contoh konkret, penyesuaian bahasa dengan karakteristik nasabah, serta penerapan prinsip kesederhanaan tanpa mengurangi ketepatan substansi informasi. Efektivitas komunikasi perbankan pada akhirnya tidak ditentukan oleh kesederhanaan bahasa semata, tetapi oleh kemampuan mengintegrasikan kejelasan, ketepatan, kelengkapan, dan kesesuaian informasi dengan kebutuhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M. A., Azizi, N. F., Alghifari, M. F., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., Ageng, U. S., Keguruan, F., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2025). Pemanfaatan Bahasa Indonesia Baku dalam Literasi Ekonomi Syariah. *INOMATEC: Jurnal Inovasi Dan Kajian Multidisipliner Kontemporer*, 01(02), 518–524.
- Dali Widya, M. (2026). Tingkat Keterbacaan (Readability) Informasi Keuangan pada Media Publik Bank BTN dan Dampaknya terhadap Pemahaman Nasabah. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah*, 3(01), 69–75.

- Fitaningrum, Y. N., Sabela, N. Y., Mariolah, M. S., & Kusmawati, D. F. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Dan Gaya Penulisan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan : Implikasi Terhadap Penilaian Kinerja Keuangan. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 3, 1–11.
- Gibran, M. D., Amri, A. I., & Zale, H. P. (2026). Peran Bahasa Indonesia Yang Baik Dan Benar Dalam. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(1).
- Khafidz, B., Sa, L., Habna, A. N., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Efektivitas Dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal UIN SMH Banten. *Jurnal Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3).
- Khairani. (2023). Pengaruh Peranan Customer Service Dan Fasilitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt. Bprs Al-Washliyah Di Medan. *Jurnal Bisnis Net*, 6(2), 744–752.
- Prambudhi, Y., Fazzari, T., Ihsan, R. F., & Tisnasari, S. (2025). Peran Bahasa Indonesia dalam Meningkatkan Literasi Ekonomi Syariah di Masyarakat. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 03(01), 275–285.
- Purba, N. G., Harianti, Z. T., Lestari, K., & Azizah, N. (2025). Bahasa Indonesia Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Akuntansi Yang Transparan Indonesian As A Means Of Transparent Accounting. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, September, 7476–7482.
- Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i1.155>
- Rohmah, J. (2026). Peran literasi keuangan syariah dalam membangun persepsi dan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 4, 17–21.
- Scheld, D., & Stolper, O. (2021). Double Dutch Finally Fixed ? A Large-Scale Investigation into the Readability of Mandatory Financial Product Information. *Journal of Consumer Policy*.
- Sofiah, A. F. (2024). Strategi komunikasi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 2(12), 1465–1472.
- Subhan, R., Tamam, M. B., Islam, U., Kiai, N., Achmad, H., & Jember, S. (2024). Pemakaian bahasa sehari hari dalam akad musyarakah guna menunjang perolehan profitabilitas. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, 2(1), 1667–1673.
- Zaharah, N. A. (2024). Efektifitas Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Laporan Keuangan Pt. Cahaya Bintang Medan Tbk. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(6), 271–277.