

**MIA.** 2022. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bidang Pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Syaugi, S.Ag. M.A.

**Kata Kunci:** Dampak, Covid-19, Pemasaran.

Pandemi Covid-19 di Indonesia memberikan dampak besar terhadap sektor perekonomian mulai dari usaha atau industri kecil, perusahaan-perusahaan besar maupun lembaga keuangan termasuk perbankan syariah, sehingga sebagian besar perusahaan atau perbankan merumahkan karyawannya dan membuat strategi pemasaran baru untuk menghadapi masa pandemi Covid-19.

Tujuan Penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi dampak pandemi covid 19 terhadap pemasaran produk pembiayaan KUR pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai.

Metode Penelitian adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini 2 karyawan 2 nasabah. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yaitu penyeleksian data, pengelompokkan data dan penafsiran data. Analisis data penelitian ini adalah deskriptif kualitatif

Hasil Penelitian. *Pertama*, Pandemi covid- 19 membuat sektor Bank Syariah Indonesia KCP.Amuntai khususnya pada hal pembiayaan menjadi sebuah tantangan khusus. Dimana saat pandemic covid-19 membuat bank mengambil kebijakan dalam menyalurkan KUR terhadap usaha-usaha di masa pandemic ini. *Kedua*, Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, pelayanan, sasaran, produk, jasa dan program. *Ketiga*, faktor pendukung berupa teknologi, fanatisme, kejujuran, dan mampu memahami dalam bidang organisasi dan manajemen SDM. Faktor penghambat berupa sulitnya peluang pasar, sulitnya mendapatkan modal, dan pembinaan dan penelitian masih kurang terpadu yang dilakukan.