

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bidang Pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kcp Amuntai. Adapun kesimpulana dari penelitian ini sebagai berikut.

1. 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. hanya bisa memberikan 50% dari pengajuan dan saat sebelum pandemic dapat memberikan hingga 80% dari pengajuan. Hal ini menghindari resiko yang besar dalam perbankan sendiri. Virus covid-19 memberikan dampak yang tidak hanya merenggut Kesehatan namun juga mempengaruhi perekonomian masyarakat sehingga muncul beberapa dampak negative dan positif.
2. Pemasaran produk pembiayaan KUR yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam menghadapi covid 19 dengan menggunakan teori pemasaran sebagai berikut:
 - a. Keinginan dan kebutuhan berdasarkan hasil penelitian.
 - b. Pelayanan.
 - c. Sasaran.
 - d. Produk.
 - e. Jasa dan program.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka saran-saran yang peneliti berikan terhadap karyawan dan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai sebagai berikut:

1. Saran-saran untuk pihak PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai
 - a. Saran bagi pihak PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai diharapkan dapat melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat sebelum menawarkan produk BSI KUR Mikro.
 - b. Saran bagi pihak PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai diharapkan dapat memperluas pangsa pasar agar lebih mudah dalam memasarkan atau menawarkan produk dan jasa yang disediakan.
2. Saran-saran untuk peneliti berikutnya
 - a. Saran bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang peran produk BSI KUR Mikro untuk membantu dan mengembangkan UMKM.
 - b. Saran bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang Efektivitas Kinerja Karyawan Bidang Pemasaran pada masa pandemi Covid-19 dalam memasarkan produk-produk perbankan Syariah.