

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Umum Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.**

##### **1. Sejarah Singkat Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.**

Gagasan pendirian Koperasi Syariah muncul di pertengahan tahun 2011 setelah kedatangan Ustadz. DR Arifin Badri, MA ke Banjarmasin bulan Mei 2011 menyampaikan materi muamalah syariah dan dosa riba. Serta adanya kebutuhan mendesak kaum muslimin agar ada solusi bagi mereka untuk berlepas diri dari dosa besar riba.

Dari latar belakang tersebut maka berkumpullah 20 orang Jemaah Majelis Ta'lim Arrahmat untuk membahas dan bersepakat mendirikan Koperasi yang diberi nama Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin yang berdirinya tanggal 1 Januari 2012 bertempat di Jl. Arjuna IV no 16 depan Mesjid Al-Ummah, kelurahan Pemurus Dalam, Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Pada pertemuan kedua yang di hadiri oleh 41 orang yang kemudian menjadi anggota koperasi melakukan penyetoran simpanan pokok dan wajib serta penempatan dana investasi, maka terkumpul lah dana modal awal sekitar Rp. 45.825.000.

Seiring perjalanan koperasi, di antaranya kaum muslimin, terdapat muhsinin yang memiliki kelebihan harta yang bersedia mempercayakan uangnya

untuk di kelola oleh Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, bahkan adanya komitmen salah satu muhsinin yang siap menginvestasikan sebagian hartanya hingga 1 Milliar untuk koperasi, maka dapat di lakukan transaksi pertama di bulan februari 2012.

Sebagai lembaga berbadan hukum, maka setelah rangkaian perjalanan koperasi selama kurun 4 tahun sebagai pra koperasi, maka pada tahun 2015, di sahkan sebagai lembaga koperasi oleh pemerintah dengan nomor legalitas koperasi No. 06/BH/XIX/III/2016, di sahkan oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah melalui Gubernur Kalimantan Selatan.

Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin berbeda dengan koperasi lainnya, sebab Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin merupakan jenis koperasi konsumen yaitu yang beranggotakan para anggota itu sendiri untuk menjalankan kegiatan jual-beli kredit. Tujuan koperasi ini adalah untuk memberikan keuntungan sebesar-besarnya bagi anggotanya dengan cara mengadakan barang atau jasa yang murah, berkualitas, dan mudah didapat koperasi.<sup>1</sup> Jenis barang yang telah dijual seperti rumah, mobil, tanah, motor, elektronik, perabotan rumah tangga, parabola dan lain-lain. Untuk usaha ritel (eceran non-toko) seperti jasa pembayaran tagihan PLN, PDAM, Telkom, dan jual pulsa handphone.

---

<sup>1</sup><http://kopsyaharrahmah.co.id/artikel/koperasi-syariah-arahmah-tidak-melayani-simpan-pinjam> diakses ( 08 Agustus 2016 )

## 2. Tujuan Pendirian

Tujuan koperasi ialah profit, sehingga pengurus tetap berkewajiban menjaga dan investor agar aman untuk di kelola sehingga setiap akad kredit tetap harus di sertai dengan jaminan dari pihak nasabah.

## 3. Landasan, Visi & Misi

### a) Landasan Hukum.

- 1) Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (yang tidak bertentangan Syariat Islam).
- 2) Surat Permohonan Pengesahan Akta Pendirian Koperasi dari Pendiri Koperasi Komumen Syariah Arrahmah Banjarmasin Nomor 05/SK-KSA/II/2016 tanggal 16 Februari 2016.
- 3) Peraturan Otoritas jasa keuangan Nomor 16/ POJK.03/2014 tentang Penilaian Kualitas Aset Bab Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.
- 4) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah diliris dalam rangka memenuhi prinsip-prinsip syariah Islam, termasuk Fatwa-fatwa yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama.
- 5) Dalam operasinya, Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin memakai sistem bagi hasil berdasarkan syari'ah di bawah bimbingan asatidz berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist Shahih dengan pemahaman salafus shalih.

b) Visi : Terwujudnya koperasi syariah yang professional dan bermuamalah sesuai dengan ajaran Al-Qu'ran dan Assunnah serta pemahaman sahabat radiyallahu 'anhum 'ajmain.

c) Misi :

1) Memberikan solusi bagi kaum muslimin untuk bertransaksi bebas riba.

2) Menciptakan pengusaha muslim yang tangguh dan berilmu sebagai bekal untuk berusaha dan bermuamalah syariah.

4. Produk-Produk Pembiayaan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

1) *Musāwamah*.

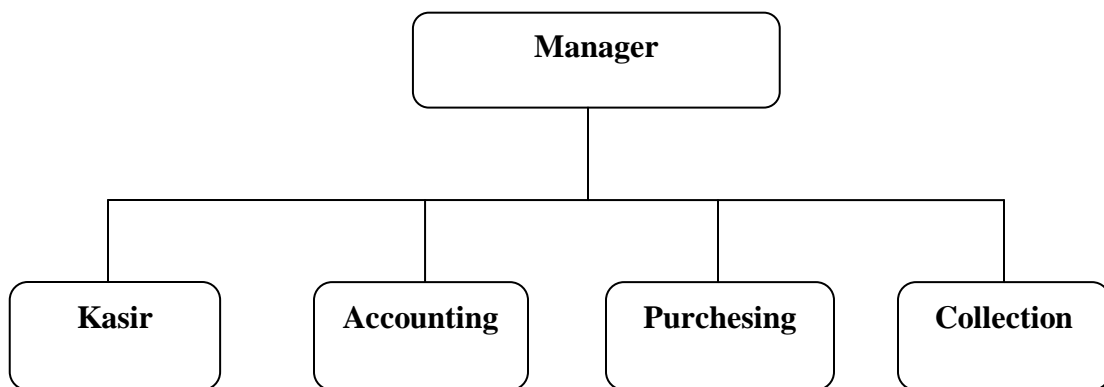
adalah jenis jual-beli umum dan biasa, di mana harga komoditas yang di perdagangkan dapat di tawar di antara penjual dan pembeli tanpa adanya referensi mengenai harga yang di tawar di antara penjual dan pembeli tanpa adanya referensi mengenai harga yang di bayar atau biaya yang di keluarkan oleh pihak penjual.

2) *Murābahah*.

Adalah akad jual-beli atas barang tertentu, di mana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang di perjual-belikan, termasuk harga

pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba atau keuntungan dalam jumlah tertentu.<sup>2</sup>

5. Struktur kepengurusan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, meliputi :



Komponen Operasional Karyawan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin tahun 2016:

- a) Manager : Athif Raihan
- b) Kasir : Ahmad Syahidin
- c) Cs + Purchasing : Suyono
- d) Collection : Nasrullah
- e) Marketing : Muhammad Ihsan
- f) Accounting : Bram Riskan Suryo Rammadhan

---

<sup>2</sup>Studi dokumen Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin 2016.

## **B. Penyajian Data.**

### 1. Strategi Pemasaran Produk *Musāwamah* pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Pembiayaan di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin disalurkan menggunakan akad *musāwamah*. Akad *musāwamah* merupakan akad yang dianggap sama seperti jual beli seperti umumnya di pasar tradisional. Di mana jual-beli tersebut tidak menyebutkan berapa modal dan keuntungan si penjual kepada pembeli. Dalam prakteknya di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, modal awal merupakan modal yang belum dikurangi bonus dari pihak penjual. Bonus dari pihak penjual untuk pihak koperasi. Jika nasabah atau anggota yang ingin melakukan pembiayaan *musāwamah* maka harus melengkapi persyaratan sebagai berikut:

- a) Anggota koperasi.
- b) Pas foto terbaru suami dan istri bagi yang sudah menikah
- c) Fotocopy KTP Berwarna Suami dan Istri bagi yang sudah menikah.
- d) Fotocopy KTP Peminjam utama dan peminjam perantara.
- e) Fotocopy kartu keluarga.
- f) Gambar peta lokasi rumah.
- g) Fotocopy rekening listrik, air.
- h) Slip gaji atau fotocopy tabungan 3 bulan terakhir atau rekening koran 3 bulan terakhir.

- i) Agunan wajib untuk harga barang di atas 5 juta/barang usaha (ketentuan berlaku).
- j) Pengajuan motor dan mobil second wajib melampirkan pas foto, fotocopy STNK dan BPKB.
- k) Bersedia di Survei.

Adapun alur transaksi pembiayaan dengan akad *musāwamah* adalah :

- a) Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin harus mengisi form pendaftaran untuk menjadi anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.
- b) Setelah mengisi form dan menjadi anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin lalu mengisi form pengajuan dan melengkapi persyaratan pengajuan *musāwamah*.
- c) Lalu setelah mengisi maka akan di lakukan pengecekan kelengkapan data nasabah tersebut.
- d) Pihak karyawan koperasi melakukan survey kepada nasabah.
- e) Lalu konfirmasi saudara tidak serumah atau tempat kerja nasabah.
- f) Setelah pihak koperasi melakukan konfirmasi tersebut, maka selanjutnya pihak koperasi konfirmasi ke supplier untuk mengkonfirmasi untuk mengecek ketersediaan stok apakah barang yang di inginkan oleh nasabah tersebut ada.

- g) Langkah selanjutnya yang di lakukan koperasi ialah konfirmasi ke penjamin utama & perantara. Maksud penjamin utama di sini ialah Pembina atau pengurus koperasi tersebut mengenal dekat atau ada hubungan dengan nasabah tersebut. Apabila tidak ada seorang pun pembina maupun pengurus koperasi mengenal nasabah tersebut maka ke penjamin perantara. Maksud penjamin perantara disini yaitu anggota koperasi yang aktif yang pernah atau sering melakukan pembiayaan tidak pernah macet pembayaran, mengenal nasabah tersebut dan mau membantu menjamin nasabah tersebut untuk melakukan pembiayaan di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.
- h) Setelah semua persyaratan *survey* nasabah dan lainnya selesai maka karyawan koperasi melakukan *entry* data nasabah dan menyiapkan semua berkas dan hasil analisa untuk di serahkan ke bagian divisi usaha yang menangani bagian tersebut.
- i) Lalu di lakukan pengecekan semua berkas oleh divisi usaha/ komite dan setelah semua berkas di cek maka setelah itu di lakukan konfirmasi langsung ke nasabah yang mengajukan pembiayaan dan kepada penjamin jika di perlukan.
- j) Setelah itu di adakan pmutusan hasil analisa dan pembahasan komite yang di rapatkan ketua dan dewan.
- k) Setelah di adakan rapat pengajuan di setujui, maka langkah selanjutnya ialah dilakukan pembelian barang sesuai pesanan nasabah.



- l) Setelah barang tersebut di miliki koperasi, maka di lakukan konfirmasi kepada nasabah untuk melakukan akad dan pembayaran pertama.
- m) Akad jual beli di dampingi oleh 2 orang saksi.
- n) Serah terima barang dan bayar dp/uang muka cicilan pertama.

Dalam memasarkan produk *musāwamah* yang di keluarkan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin, pihak koperasi mempunyai strategi atau cara tersendiri dalam memasarkan produk tersebut, yaitu :

- a) Melakukan promosi dari mulut ke mulut.
- b) Melakukan promosi melalui iklan di media sosial dan majalah pengusaha muslim .

## 2. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk musawamah

Kendala yang di alami Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin dalam memasarkan produk yaitu dikarenakan dalam memperkenalkan produk baru yaitu produk musawamah hanya menggunakan beberapa strategi promosi saja yaitu promosi dari mulut ke mulut, iklan diwebsite, dan majalah muslim. Dan karena kurangnya strategi yang digunakan dari pihak koperasi menyebabkan produk musawamah dianggap tidak berbeda dengan perkreditan secara umumnya.

Karena pembiayaan *musāwamah* tidak menyebutkan berapa harga beli yang dilakukan pihak koperasi dan penerapannya pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin bonus dari pihak penjual untuk koperasi.<sup>3</sup>

### C. Analisis Data

Berdasarkan penyajian data diatas, maka analisis data yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini. Untuk proses penganalisisan data diatas, penulis memaparkan berdasarkan rumusan masalah yang dibuat.

1. Strategi Pemasaran Produk *Musāwamah* pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Dari data yang di peroleh penulis dari informan dapat diketahui jika penyaluran produk selalu meningkat haruslah dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran. Perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. E. Jerome Mc Carthy mendefinisikan strategi pemasaran sebagai berikut : "*Marketing strategy specifies a target market*

---

<sup>3</sup>Hasil wawancara Atif Raihan, Manager di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin wawancara pada hari kamis (01 desember 2016).

*and a related marketing mix. It is a big picture of what a firm will do in some market. Two interrelated parts are needed.”<sup>4</sup>*

Strategi pemasaran di koperasi syariah haruslah sesuai dengan prinsip pemasaran syariah. Bahwa prinsip syariah itu sendiri sebenarnya mengacu pada nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil alamin*). Artinya dalam pemasaran syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, ataupun proses perubahan nilai, tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip syariah. Seorang pemasar syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariah yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang di lakukan.

Karena itu hendaklah pedagang berlaku jujur dan berhati-hati terhadap dusta. Ia adalah penyakit para pedagang. Dusta mengantarkan kepada dosa dan dosa mengantarkan pada neraka. Ia juga harus berhati-hati terhadap sumpah pada umumnya dan sumpah palsu pada khususnya.

Strategi pemasaran yang digunakan pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahman Banjarmasin sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah.

Misalkan :

- Etis atau *Akhlaqiah*: yaitu semua pegawai di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin memiliki budi pekerti yang sopan dalam

---

<sup>4</sup>William D. Perrulat, Jr., E Jerome, *Basic Marketing : A Global Manajeral Approach, Op Cit*, hlm. 46.

hal melayani nasabah yang datang yang akan melakukan pembiayaan di koperasi.

- Realistis atau *Al-Waqīyyah*: para pegawai Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja.

Menurut Nur Rianto *musāwamah* adalah jenis jual-beli umum dan biasa, di mana harga komoditas yang di perdagangkan dapat di tawar di antara penjual dan pembeli tanpa adanya referensi mengenai harga yang di tawar di antara penjual dan pembeli tanpa adanya referensi mengenai harga yang di bayar atau biaya yang di keluarkan oleh pihak penjual. Oleh sebab itu, ia berbeda dengan *murābahah* berkenaan dengan formula penentuan harga. *Musāwamah* tidak berkewajiban mengungkapkan biaya pembelian barang tersebut (harga pembelian dan biaya-biaya untuk memperoleh barang tersebut). Kedua belah pihak melakukan negoisasi mengenai harga. Semua kondisi yang relevan atas *murābahah* juga berlaku sah bagi *musāwamah*. *Musāwamah* dapat digunakan di mana penjual tidak berada dalam posisi memastikan secara tepat biaya komoditas yang ditawarkan untuk di jualnya.<sup>5</sup>

Landasan hukum tentang jual-beli terdapat pada surah An-Nisa

Q.S. An-Nisa/4: 29, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ . . . . . (٢٩)

---

<sup>5</sup>Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 166.

“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.*”

Di dalam ayat ini terdapat isyarat adanya faedah:

- 1) Dasar halnya perniagaan adalah saling meridhai antara penjual dan pembeli.
- 2) Segala yang ada didunia berupa perdagangan dan apa yang tersimpan didalamnya yang tidak kekal dan tidak tetap.
- 3) Mengisyaratkan bahwa sebageian besar perniagaan mengandung makna memakan harta dengan cara bathil. Sebab pembatasan nilai sesuatu menjadikan harganya sesuai dengan ukuran berdasarkan neraca yang lurus hampir-hampir merupakan sesuatu yang mustahil. Oleh karena itu, disini diterapkan adanya toleransi.<sup>6</sup>

Pada dasarnya akad *musāwamah* rukun dan persyaratannya sama dengan *murābahah* yang membedakan *musāwamah* pada prakteknya di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin keuntungan atau bonus dari konsumen untuk pihak koperasi. Pihak koperasi menganggap akad *musāwamah* sama halnya dengan jual-beli yang biasa dilakukan di pasar tradisional yaitu tidak menyebutkan berapa keuntungan yang diperoleh pihak penjual.

---

<sup>6</sup>Ahmad Musthafa Al-Maraghi, Terjemahan Tafsir Al- Maraghi, (Semarang: CV Toha Putra, 1986, Jilid V, Cet. Ke-1), hlm. 27.

Salah satu strategi pemasaran yaitu dari segi promosi yang dapat menarik nasabah atau anggota untuk melakukan pembiayaan.

Strategi promosi menurut Sofian Assauri :

- 1) Pemasangan billboard di jalan-jalan strategis.
- 2) Pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat pembelajaran.
- 3) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- 4) Pemasangan melalui Koran.
- 5) Pemasangan melalui majalah.
- 6) Pemasangan melalui radio.
- 7) Dan menggunakan media lainnya.

Pada dasarnya dalam strategi pemasaran menggunakan semua media yang dianggap bisa meningkatkan pembiayaan yang disalurkan. Akan tetapi dalam prakteknya di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin hanya menerapkan strategi pemasaran dengan media mulut kemulut, website, dan majalah. Hal ini mengakibatkan produk *musāwamah* yang diterapkan pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin kurang di ketahui masyarakat pada umumnya di sebabkan sempitnya strategi pemasaran yang digunakan. Jika pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin lebih memperbanyak media yang digunakan untuk memasarkan produknya misalkan dengan pencetakan brosur tentang profil koperasi dan produk yang ada, lebih memperluas pemasaran di media sosial, dan melakukan sosialisasi ke masyarakat

maka tidak menutup kemungkinan pembiayaan yang dilakukan nasabah atau anggota akan lebih meningkat lagi.

Dan dalam prakteknya produk *musāwamah* pada koperasi tidak sesuai dengan teori Nur Rianto karena ia berpendapat bahwa *musāwamah* adalah akad tawar menawar sedangkan di koperasi tidak dilaksanakan hal tersebut akan tetapi yang dilaksanakan adalah pihak koperasi mengambil keuntungan berupa diskon dari pihak penjual untuk koperasi, hal tersebut dianggap pihak koperasi bahwa itu adalah akad *musāwamah*.

Di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin awalnya menggunakan akad murabahah namun berubah setelah diadakan nya rapat tahunan oleh para anggota koperasi dan asatidz setelah dikaji ulang , akad yang digunakan oleh pihak koperasi lebih tepatnya ialah akad *musawamah*.

## 2. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk *musāwamah*

Dari informasi yang didapat penulis dalam memasarkan produk *musāwamah* terdapat kendala. Kendala tersebut adalah kurangnya strategi pemasaran pada Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin dalam memasarkan produk *musāwamah* dan itu menyebabkan banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui tentang produk *musāwamah* dan banyak yang menganggap pembiayaan *musāwamah* sama dengan lembaga penyaluran kredit pada umumnya seperti: Adira, Mandala dan FIF. Agar masyarakat mengetahui tentang produk *musāwamah* diperlukan strategi pemasaran yang bagus strategi yang bisa membuat masyarakat tertarik dengan produk yang ada dikoperasi.

Strategi yang digunakan bisa dalam bentuk sosialisasi ke masyarakat langsung yang dilakukan oleh pihak koperasi yang sangat memahami produk *musāwamah* sehingga masyarakat benar-benar paham dan tidak menganggap bahwa pembiayaan *musāwamah* sama dengan lembaga penyaluran kredit pada umumnya seperti: Adira, Mandala dan FIF. Dan lokasi Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin yang tidak strategis yang susah di dapat, hanya anggota tetap atau yang pernah melakukan pembiayaan *musāwamah* saja yang mengetahui lokasi Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin tersebut. Sedangkan lembaga penyaluran kredit seperti Adira, Mandala dan FIF lokasinya strategis.

Sebaiknya penempatan lokasi Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin di tempat strategis seperti:

Mudah dijangkau yaitu pihak koperasi dalam hal memilih lokasi haruslah yang strategis dengan mencari tempat yang mudah terlihat dan mudah dijangkau oleh banyak orang, yang mudah dikenali dan diakses. Agar masyarakat mengetahui adanya lembaga pembiayaan seperti Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

Pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin seharusnya melihat kondisi sekitar penempatan koperasi yang tingkat penduduk padat. Dengan memilih lokasi yang tingkat kependudukannya padat, maka tidak menutup kemungkinan potensi kesuksesan koperasi besar dalam memperoleh keuntungan dari hasil pembiayaan yang dilakukan anggota atau nasabah. Karena



semakin padatnya pendudukan di suatu lokasi, maka makin banyak masyarakat yang ingin menjadi anggota koperasi untuk keperluan peminjaman dana dalam bentuk pembiayaan.

Tidak kalah penting jenis konsumen haruslah diperhatikan koperasi. Dengan memilih lokasi yang tingkat ekonomi masyarakat kalangan menengah kebawah, maka potensi untuk masyarakat melakukan pembiayaan cukup besar dan kemungkinan besar bisa menambah jumlah konsumen bagi koperasi, karena pembiayaan digunakan untuk keperluan membuka usaha agar penghasilan meningkat.

Selanjutnya lokasi usaha yang tingkat kompetensinya rendah juga merupakan salah satu hal yang penting. Tidak adanya koperasi atau pembiayaan lain di sekitar lokasi tersebut, tetapi apabila ada maka pihak koperasi harus menciptakan inovasi baru agar berbeda dengan pembiayaan yang lain dan membuat ajakan yang menarik untuk membuat masyarakat tertarik melakukan pembiayaan di koperasi.

Jadi kesimpulannya, kendala yang di hadapi pihak koperasi dalam melakukan strategi pemasaran adalah dari segi media promosi yang digunakan sedikit, kurangnya sosialisasi ke masyarakat dan lokasi Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin yang tidak strategis.