

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A. Paparan Data**

#### **1. Sejarah Pondok Pesantren Al – Mashduqiah**

Pondok pesantren Al-Mashduqiah lahir sebagai mewujudkan cita-cita anak bangsa “ mengembalikan kejayaan Islam dan kaum muslim” dan ia merupakan pondok waqaf yang di waqafkan oleh Alm. K.H. Badri Mashduqi perintis dan pendiri Pondok Pesantren Badridduja Kraksaan Probolinggo dengan seluas tanah 5,6 H. yang terletak di daerah kawasan Desa Patokan Kraksaan Kabupaten Probolinggo, meskipun terletak di tengah-tengah kota baru Kraksaan namun tidak mengurangi semangat santri untuk menuntut ilmunya.

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang terdiri dari Santri Putra dengan Santri Putri dengan menerapkan pendidikan umum dan pendidikan agama secara utuh dan terpadu. Semua pelajar wajib bermukim dalam asrama pesantren dengan mengikuti seluruh disiplin yang berlaku. Lembaga pendidikan formal meliputi SMP plus dan MA plus (jurusan IPA dan Bahasa) yang dipadukan dengan kurikulum di Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo.

Pada tanggal 28 juli 1998 berdirilah Pondok Pesantren Al-Mashduqiah yang mana pondok ini didirikan oleh Dr.KH.Mukhlisin Sa’ad.MA dan Nyai.Hj. Zulfa Badri S.Pdi sampai sekarang, dan Alhamdulillah kini Pondok Pesantren tersebut sudah mencapai umur kurang lebih 20 tahun berjalan.

Pondok Pesantren Al-Mashduqiah memiliki jenjang pendidikan dengan sistem Halqotul Muallimat Al-Islamiah (HAMIM) yang mana sistem ini diterapkan khusus santri dengan masa belajar 6 atau 4 tahun.

Pondok pesantren Al-Mashduqiah yang terletak Jl. IR. H. Juanda No.370, RT.01, Kp. Arab, Patokan, Kec. Kraksaan, Probolinggo. Selain pendidikan Diniyah pondok pesantren Al-Mashduqiah juga mengelola lembaga pendidikan SMP Plus Al-

Mashduqiah, MA Plus Al-Mashduqiah, Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Baddri Mashduqi / STEBI BAMA dan Kepontren Al-Mashduqiah dengan unit usaha simpan pinjam, produksi tahu tempe, produksi roti(Izzi Bakery) dan air mineral (Izzi Water), konveksi, koperasi putra dan putri, wartel putra dan putri.

Dengan adanya bermacam kegiatan usaha yang produktif tersebut, maka pondok pesantren Al-Mashduqiah akan menjadi mandiri dalam mengembangkan dan meningkatkan ekonomi pesantren, tanpa harus mengharapkan belas kasih atau tanpa bergantung pada bantuan pihak lain, dan pembahasan skripsi ini hanya fokus pada satu usaha yaitu usaha Pabrik Roti (Izzi Bakery), karena pendapatan usaha Pabrik Roti (Izzi Bakery) lebih baik dari pada usaha-usaha yang lain.

Menurut Dr.KH. Mukhlisin Sa'ad.MA selaku pengasuh pondok pesantren Al-Mashduqiah, dari awal berdiri pondok pesantren Al-Mashduqiah sudah menyatakan tiga misi, dan misi yang ketiga adalah mewujudkan kemandirian pondok pesantren dengan melakukan berbagai macam kegiatan usaha yang produktif, baik dilakukan sendiri maupun bekerja sama dengan pihak lain, maka berdasarkan misi ini, kami melakukan berbagai macam usaha yang produktif agar supaya pondok ini bisa berkembang, bisa tumbuh tanpa mengharapkan belas kasih atau tanpa bergantung pada bantuan pihak lain, dengan cara melakukan berbagai macam usaha yang produktif.

## **2 .Letak dan Geografis**

Pondok pesantren Al-Mashduqiah yang terletak Jl. IR. H. Juanda No.370, RT.01, Kp. Arab, Patokan, Kec. Kraksaan, Probolinggo.

### 3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

- Visi :

Terwujudnya P.P. Al-Mashduqiah sebagai lembaga pendidikan menengah Islam terkemuka yang mampu melahirkan generasi muda berakhlakul karimah, mandiri, kreatif, handal, dan dapat berperan serta dalam pembangunan umat.

- Misi :

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas (quality education) dengan bertumpu pada nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.
- b. Melaksanakan kegiatan-kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan dalam upaya menegakkan nilai-nilai Islam sebagai rahmatan lil' alamin.

#### 4. Profil Pabrik Roti (Izzi Bakery)

Izzi Bakery merupakan salah satu usaha Pabrik Roti di Kraksaan khususnya di sekitar kelurahan Patokan yang terletak di Jl. IR. H. Juanda No.370, RT. 01, Kp. Arab, Patokan, Kec. Kraksaan, Probolinggo, Jawa Timur 67282.

Pabrik Roti ini lahir karena Nyai.Hj. Zulfa Badri, S.Pdi. Pabrik ini berdiri sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian Pondok Pesantren Al-Mashduqiah. Dan juga sebagai contoh terhadap seluruh masyarakat khususnya bagi santriwati, bahwa di dalam Pondok bukan hanya bias mempelajari tentang ilmu agama ataupun kitab kuning dan yang lainnya, akan tetapi Pondok Pesantren Al-Mashduqiah membuktikan bahwa di dalamnya juga bisa memberikan ilmu tentang bagaimana caranya untuk berwirausaha dan juga bisa mengajarkan tentang kemandirian.

Pada tanggal 01 Agustus 2016 berdirilah Pabrik Roti yang tempat tersebut di dirikan oleh Nyai.Hj. Zulfa Badri, S.Pdi sampai sekarang, dan Alhamdulillah Pabrik Roti tersebut sudah mencapai umur kurang lebih 4 tahun berjalan, akan tetapi walau hanya berumur kurang lebih 4 tahun Pabrik Roti tersebut sudah melebihi target

maksimum dari penjualan-penjualan yang sebelumnya. Izzi Bakery merupakan salah satu produsen Roti di Kraksaan khususnya di sekitar kelurahan Patokan. Usaha ini didirikan oleh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah pada tahun 2016 bersama rekan kerja dengan bermodalkan resep yang dimiliki oleh karyawan asal Desa Prasi, Kecamatan Gading, yang sebelumnya telah lumayan lama kerja di Roti Jannah Bakery yang bertempat di dekat terminal Besuki, Situbondo. Kemudian usaha ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dan tidak heran banyak masyarakat sekitar ketika ingin mengadakan sebuah acara besar-besaran selalu memesan ke Pabrik Roti ini. Untuk mendukung pemasaran produk Izzi Bakery, khususnya dalam meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya tersebut aman dikonsumsi, pihak Izzi Bakery mengajukan nomor:518/288/426.615/2016, dan nomor : 07200070891219.

Jenis Roti yang diproduksi oleh Izzi Bakery termasuk dalam kategori Roti sobek manis. Saat ini jenis Roti yang diproduksi oleh Izzi Bakery ada berbagai bentuk, ukuran, dan rasa yang berbeda. Disamping jenis roti yang diproduksi oleh Izzi Bakery semakin beragam, maka saat ini Izzi Bakery juga telah memiliki beberapa agen atau sales untuk memasarkan produknya. Selain itu, berbeda dengan saat awal berdirinya Izzi Bakery yang masih menggunakan peralatan sederhana dan tradisional, maka saat ini untuk menunjang proses produksinya, Izzi Bakery telah menggunakan beberapa peralatan modern yang cara kerjanya tidak menggunakan tenaga manusia, misalnya mesin mixer untuk mengaduk adonan, serta oven yang memiliki kapasitas besar.

## **5. Tujuan didirikan Pabrik Roti Produk Izzi Bakery**

Pabrik roti ini didirikan berdasarkan atas suatu keyakinan bahwa didalam pondok juga bias mendirikan kewirausahaan, dalam upaya untuk lebih meningkatkan perekonomian Pondok Pesantren khususnya, dan juga untuk perekonomian masyarakat sekitar, karena Pabrik Roti ini didirikan bukan untuk Pondok Pesantren

saja, akan tetapi juga untuk masyarakat sekitar, agar masyarakat juga bisa belajar tentang kewirausahaan. Maka dengan begitu Pondok Pesantren juga bias mengambil margin keuntungan yang dapat mendorong terciptanya kualitas perekonomian seperti terurai dalam tujuan pendirian Pabrik Roti.

- a. Meningkatkan kesejahteraan hidup dengan membuka peluang usaha yang lebih besar
- b. Menghindari riba
- c. Untuk meningkatkan perekonomian Pondok Pesantren Al-Mashduqiah
- d. Sebagai contoh untuk masyarakat sekitar bahwa didalam Pondok juga mengajarkan kemandirian.
- e. Sebagai acuan bahwa Pondok Pesantren juga bisa memberikan ilmu kewirausahaan.

#### **6. Visi dan Misi Pabrik Roti Pondok Pesantren Al-Mashduqiah**

- a. Visi
  - ★ Menyediakan Produk Roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau yang bersaing serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.
- b. Misi
  1. Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten serta memiliki imtaq dan imtek yang kuat
  2. Memuaskan konsumen
  3. Menjadi perusahaan yang terdepan di bidangnya
  4. Memperluas lapangan kerja untuk masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

#### **7. Struktur Organisasi Pabrik Roti Izzu Bakery Kraksaan**

Struktur organisasai merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan secara rasional dan efektif. Struktur organisasi yang baik akan

memudahkan koordinasi dan komunikasi secara control atas semua aktifitas untuk mencapai semua tujuan. Maka struktur dari Pabrik Roti tersebut sebagai berikut:

Pembimbing : Nikmah  
Pengelola : Moh Yasin  
Administrator : Halimatus Sa'diah  
Marketing : Moh Ilyas  
Distributor : As'ad Arif  
Karyawan : Abd Syukur, Zidni, Febi Mutoharoh.

#### **8. Omset Pabrik Roti Izzi Bakery**

Omset yang diperoleh oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery) selama satu bulan kurang lebih sebanyak Rp. 18.000.000-20.000.000 dan setiap tahun berkisar sebanyak Rp. 200.000.000-220.000.000, adapun laba yang di peroleh oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery) setiap bulannya sebanyak Rp. 6.000.000 dan dalam satu tahun mencapai Rp. 48.000.000, dan sumbangan yang di berikan Pabrik Roti kepada Pondok Pesantren Al-Mashduqiah setiap bulannya sebanyak 20% (Rp. 1.200.000) dari laba tersebut.

Jadi peran Pabrik Roti (Izzi Bakery) dalam membantu meningkatkan ekonomi pesantren sangat berpengaruh karena Pabrik Roti adalah Badan Usaha Milik Pesantren (BUMP).

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Pengembangan Izzi Bakery di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah**

Pesantren merupakan tempat praktek riil dalam banyak aspek tidak terkecuali aktifitas ekonomi dalam pengembangan ekonomi pesantren Hal ini sangat strategis, mengingat masyarakat melihat pesantren sebagai contoh dan teladan dalam aktifitas sehari hari. Jika pesantren mengembangkan potensinya dan hasil tertentu akan menjadi contoh yang bisa diikuti oleh masyarakat. Sebaliknya jika pesantren pasif dan apatis tentunya juga membawa dampak yang tidak bagus bagi masyarakat dalam hal pengembangan ekonomi.

Kekuatan pesantren yang terstruktur seharusnya dapat lebih diberdayakan dalam peningkatan perekonomian baik untuk masyarakat pesantren itu sendiri, wilayah disekitarnya maupun yang lebih luas. Dan tidak menutup kemungkinan bila diberdayakan dengan benar pesantren akan dapat menjadi kekuatan ekonomi yang dapat menguatkan pondasi perekonomian nasional.

Selain merinci strategi dalam setiap rencananya, perusahaan harus mengadakan penalaran terlebih dahulu agar strategi yang di ambil nanti akan lebih baik dan juga hasilnya lebih memuaskan, karna di dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi perusahaan di pasar.

Setiap usaha yang dilakukan oleh Roti (Izzi Bakery) tidak terlepas dari strategi pemasaran sebagai pilar penting dalam memasarkan produk (Izzi Bakery), sebagai cara dan upaya untuk menarik konsumen yang baru maupun konsumen yang lama agar menjadi konsumen tetap Pabrik Roti (Izzi Bakery) untuk mencapai hal tersebut, Strategi Pemasaran Pabrik Roti (Izzi Bakery) meliputi:

#### **a. Strategi Promosi**

Strategi promosi merupakan langkah yang harus dilakukan dalam aktivitas manajemen pemasaran dalam strategi promosi, ini merupakan langkah pemasaran, di

bidang pemasaran berupa komunikasi yang di jalankan oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery) dengan konsumen dan pelanggan. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi promosi pemasaran pabrik roti (Izzi Bakery) dapat dilihat dari hasil wawancara penulis dengan pengelola di pabrik roti (Izzi Bakery) sebagai berikut.

“Menurut Moh. Yasin selaku pengelola pabrik roti Izzi Bakery), “strategi yang kami lakukan dalam memasarkan produk izzy bakery yaitu dengan cara face to face karena dengan cara seperti itu, para karyawan bisa mendekati diri secara langsung kepada para konsumen”.

b. Strategi Melalui Kerja sama

Untuk strategi kerja sama ini Pabrik Roti (Izzi Bakery) melakukan kerja sama dengan beberapa toko, mengenai ketersediaan tempat tersebut dan juga menawarkan kerja sama toko masyarakat sekitar.

c. Pemasaran dan Penjualan langsung

Pemasaran langsung dilakukan melalui kegiatan penjualan langsung dengan cara membuka kios kecil didalam Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dan juga menyebarkan produk tersebut ke koperasi yang ada di dalam Pondok Pesantren, tidak berhenti sampai disitu Pabrik Roti (Izzi Bakery) juga melakukan penjualan dan pemasaran secara langsung di luar pondok yaitu dengan cara menyebarkan produk melalui alumni Pondok Pesantren Al-Mashduqiah, dan agar Pabrik Roti (Izzi Bakery) unggul di pasaran maka Pabrik Roti melakukan berbagai kegiatan antara lain : membangun jaringan seluas mungkin, melalui para santri, wali santri dan juga jamaah umroh dan haji yang bergabung dengan KBIHU (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh Nurul Haramain).



“Menurut Moh Ilyas selaku marketing pabrik roti (Izzi Bakery) kegiatan yang biasa saya lakukan dalam mempromosikan atau memasarkan produk (Izzi Bakery) yaitu dengan cara face to face atau biasa juga disebut dari mulut ke mulut, karena dengan cara seperti itu, saya bisa mengetahui keluhan dari para konsumen, dan juga secara tidak langsung dengan cara seperti itu saya dapat masukan untuk lebih meningkatkan produk Izzi Bakery yang selama ini telah saya kelola. Dan upaya menarik minat konsumen adalah dengan cara melakukan pemasaran melalui alumni yang memproduksinya, memberikan pelayanan yang baik, memberikan kemasan dan bentuk yang unik, memberikan harga yang relative murah, memberikan rasa dan tekstur yang tidak kalah dengan produk-produk roti lainnya, dengan begitu pabrik roti (Izzi Bakery) dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen.

d. Strategi Harga

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tetap. Untuk Strategi harga, maka Pabrik Roti (Izzi Bakery) menetapkan harga yang ditawarkan dibandingkan dengan produk-produk yang lainnya. Karna harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan untuk Pabrik Roti (Izzi Bakery).

“ Menurut Halimatus Sa’diah selaku Administrator di pabrik roti (Izzi Bakery) walaupun pabrik roti menjual produk dengan harga dibawah rata-rata, pabrik roti sudah mendapatkan laba yang cukup, dan juga sudah bisa menyewa kios untuk penjualan produk yang ada diluar pondok pesantren Al-Mashduqiah. Dan strategi pemasaran face to face yang diterapkan oleh pabrik roti (Izzi Bakery) sangat ampuh, dan strategi ini bisa dibilang cukup gampang, karna karyawan mendekati langsung dengan konsumen siapa saja pesaing kita, dunia bisnis memang sangat ketat persaingan, namun dengan pesaing ini, kita bisa lebih temotivasi untuk mengembangkan bisnis dan berinovasi secara kreatif.”

e. Pengembangan Produk

Dalam dunia bisnis maju tidaknya suatu usaha ditentukan bagaimana strategi yang digunakan dalam mengelola dan menjalankan bisnis tersebut. Sebagaimana wawancara kami dengan pengelola, beliau mengatakan strategi yang digunakan pada pabrik sebagai berikut:

“ Menurut Moh. Yasin hal pertama yang dilakukan oleh pabrik roti dalam mengembangkan bisnis ialah organisasi, pengorganisasian yang tersusun dengan baik bisa membantu dalam melakukan banyak tugas, misalnya membuat daftar kerja karyawan. Dengan mengikuti aturan yang terstruktur, maka semua pekerjaan bisa dikerjakan dengan tepat waktu, dalam berbisnis kreatifitas sangatlah dibutuhkan, karena dengan kreatifitas perusahaan bisa memenangkan kompetisi di pasar, dengan kreatifitaslah usaha yang dijalankan bisa lebih maju “.

f. Kenali Pesaing

Dalam dunia bisnis, kita harus kenali siapa saja pesaing kita, Dunia bisnis memang sangat ketat persaingan. Namun, dengan persaingan ini kita bisa lebih termotivasi untuk mengembangkan bisnis dan berinovatif secara kreatif.

“ Menurut Ibu Nabila, seorang pesaing bukanlah selamanya musuh karena akan ada banyak hal yang bisa kita pelajari dari pesaing kita. Jadi jangan ragu untuk berteman dan belajar dari para pesaing kita, dan walaupun hanya langkah sederhana, lakukanlah secara konsisten. Fokus dengan hal-hal kecil juga akan membuat kita untuk mencapai tujuan. “

g. Menentukan Moto

Agar konsumen mampu memahami maksud dari visi dan misi yang ingin dicapai oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery) dalam melayani para konsumen, maka Pabrik Roti (Izzi Bakery) juga memakai motto yang sama yakni : Beriman Sempurna, Berilmu Luas, dan Beramal Sejati.

h. Menciptakan Merek

Pabrik Roti (Izzi Bakery) membuat beberapa macam atau rasa roti, yang didalamnya ada rasa coklat, keju dan yang lainnya. Memberikan nama produknya singkat dan jelas , agar konsumen mudah mengingat nama produk tersebut, dan Pabrik Roti menciptakan merk dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal pemasaran produk, Pabrik Roti juga menciptakan

produk dengan tekstur yang lembut, muda untuk dibawa kemana-mana dengan kemasan yang sederhana.

i. Keunggulan Produk

Dilihat dari sisi produk Izzi Bakery memiliki keunggulan yang kompetitif seperti cara pembuatannya yang sangat higienis, dan tidak menggunakan bahan-bahan kimia, yang digunakan hanyalah bahan-bahan alami, itulah mengapa konsumen luar, santri dan juga masyarakat sekitar menyukai produk-produk yang ada di Pabrik Roti (Izzi Bakery).

**C. Pembahasan**

**1. Strategi pengembangan pemasaran Izzi Bakery di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah**

Selain merinci strategi dalam setiap rencananya, perusahaan harus mengadakan penalaran terlebih dahulu agar strategi yang di ambil nanti akan lebih baik dan juga hasilnya lebih memuaskan, karna di dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi perusahaan di pasar.

Setiap usaha yang dilakukan oleh Roti (Izzi Bakery) tidak terlepas dari strategi pemasaran sebagai pilar penting dalam memasarkan produk (Izzi Bakery), sebagai cara dan upaya untuk menarik konsumen yang baru maupun konsumen yang lama agar menjadi konsumen tetap Pabrik Roti (Izzi Bakery) untuk mencapai hal tersebut, Strategi Pemasaran Pabrik Roti (Izzi Bakery). Strategi pemasaran yang di terapkan di usaha roti izzi bakery ada empat pokok yang terdiri dari :

**a. Produk**

Produk merupakan sesuatu atau objek yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan suatu konsumen. Konsumen akan lebih tertarik pada suatu produk apabila kualitas produk sesuai dengan yang di harapkan. Maka dari itu produk

yang di keluarkan oleh usaha Izzi Bakery ini harus memiliki kualitas produk yang bisa memuaskan konsumen.

b. Harga

Harga merupakan suatu hal yang sangat penting bagi konsumen, karena pada dasarnya konsumen mencari harga yang terjangkau usaha Izzi Bakery menetapkan harga penjualan roti yang di keluarkan sesuai dengan kualitas produk. Tidak hanya berkualitas baik akan tetapi roti Izzi Bakery juga memiliki harga yang lebih murah dan harga yang subsidi setiap tahunnya bisa berubah. itu bisa membuat banyak konsumen tertarik untuk membeli roti Izzi bakery.

c. Promosi

Promosi adalah kegiatan untuk memberikan informasi kelebihan produk dan membujuk konsumen untuk membeli produknya. Salah satu bentuk dari promosi itu adalah dengan memberi harga yang relative murah.

2. **Kelebihan dan kekurangan Dalam Pelaksanaan Strategi Penjualan Izzi Bakery**

Kelebihan strategi penjualan adalah bisa mengenalkan dan menawarkan produk secara terstruktur kepada konsumen. Dengan memiliki sejumlah kelebihan, strategi penjualan sering digunakan perusahaan besar karena dipandang cukup efektif dalam membujuk serta menarik konsumen agar membeli dan menggunakan produk. Berdasarkan wawancara dengan bapak Moch Yasin sebagai Pengelolah Izzi Bakery:

“Perusahaan ini menggunakan strategi penjualan yang cukup bagus sehingga penjualan unit di perusahaan kami berkembang cukup pesat, dikarenakan oleh bagusnya strategi penjualan yang kami terapkan”.

Sedangkan kelemahannya Strategi pemasaran tidak selalu berjalan dengan lancar, setiap perusahaan tentunya menghadapi hambatan dalam usahanya. Suatu hambatan dalam perusahaan merupakan hal yang dianggap sebagai resiko dalam mencapai tujuan, yang menjadi penghambat Pabrik Roti (Izzi Bakery) sebagai berikut: kurangnya pengetahuan masyarakat, kurangnya sumber daya manusia jika terjadi pemesanan yang banyak, Untuk mendukung pemasaran produk Izzi Bakery, khususnya dalam meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya tersebut aman dikonsumsi, pihak Izzi Bakery mengajukan nomor: (Surat Izin Usaha Mikro Kecil)518/288/426.615/2016, dan nomor : (Sertifikat Halal) 07200070891219.

Dari pemaparan penerapan strategi pemasaran Pabrik Roti (Izzi Bakery) tersebut diatas, menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery) dalam pencapaian target pembeli dari konsumen Pabrik Roti (Izzi Bakery) menciptakan strategi tersendiri yaitu menggunakan face to face.