

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Di Era globalisasi ini persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan bersaing untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Warkop atau warung kopi adalah suatu bisnis penjualan minuman kopi yang belakangan menjamur di kota surabaya, para pemilik usaha ini berlomba-lomba menarik calon pembeli dengan memberikan fasilitas yang berbeda, mulai dari Free Wifi, tempat yang luas, pelayanan yang cepat dan tepat serta variasi produk selain minuman kopi itu sendiri. karena memang saat ini pangsa pasar yang di tuju adalah anak muda, yang menjadikan warung kopi sebagai tempat berkumpul dengan teman-teman mereka

Penjual harus bisa menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dengan harapan bisa mempertahankan pasar. Konsumen memiliki peluang yang luas untuk memilih jenis warung kopi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, Karena itu konsentrasi pemasaran di jenis usaha ini tidak lagi sekedar bagaimana produk itu sampai ke konsumen tetapi lebih fokus kepada apakah pelayanan itu telah memenuhi kepuasan konsumen.

Pemilik memerlukan strategi inovasi penjualan agar dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen yang potensial. Masalah pelayanan