

## ABSTRAK

Di Indonesia, kedai kopi biasa disebut coffee shop atau kedai kopi. Dari desa terpencil hingga pusat kota, kafe bermunculan di tengah-tengah kita. Tujuan dari penelitian ini adalah mencari cara untuk meningkatkan kinerja kedai Kopi`N Dialog dan membuatnya lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis kedai kopi. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini didasarkan pada kondisi yang terjadi di lapangan, khususnya Dialog Kedai Kopi`N. Peneliti membahas strategi dan upaya peningkatan usaha kopi dalam menghadapi persaingan di sektor kopi. Persaingan bisnis adalah kondisi dimana keduanya menunjukkan keunggulan kompetitif masing-masing untuk menjangkau pelanggannya. Semakin tinggi tingkat persaingan dalam bisnis, semakin pemilik bisnis harus meningkatkan strategi pemasaran mereka. Bauran pemasaran merupakan strategi yang sangat penting, dampak yang diberikan memberikan dampak yang besar dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi pemasaran adalah proses menciptakan nilai di mata pelanggan Anda dan membangun hubungan yang menguntungkan. Tujuan dari pemasaran itu sendiri adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan agar produk yang dijual memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi dalam rangka meningkatkan bisnis Kedai Kopi`N Dialog dalam menghadapi persaingan bisnis, Kedai Kopi`N Dialog menerapkan bauran pemasaran yang meliputi strategi produk.

**Kata kunci:** pemasaran; kedai kopi; persaingan pemasaran