

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi 4P (*Product, price, place* dan *promotion*) mampu meningkatkan daya saing pada Lapak Labu Pak Roni. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan 2 narasumber yaitu pemilik dan karyawan. Metode pengolahan data yang digunakan adalah metode Miles and Huberman. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) pada Lapak Labu Pak Roni terbukti efektif dalam menjaga keberlangsungan usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mempertahankan daya saing di Pasar Ngronggo.

Kata Kunci: 4P (*Product, price, place* dan *promotion*), Daya Saing

