

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran dalam upaya mewujudkan *Sister City* melalui Kuliner UMKM di Kecamatan Kamal. UMKM sebagai salah satu pendorong perekonomian Indonesia, memiliki peran yang penting sehingga haruslah memiliki strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan daya saingnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif melalui tahapan pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, maka beberapa strategi telah dirumuskan dalam upaya mewujudkan *Sister City* diantaranya sebagai berikut; menjaga serta meningkatkan kualitas produk dengan ide dan inovasi baru, memperluas pemasaran dengan meningkatkan kegiatan promosi, tetap menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, membuka cabang baru di lokasi yang berbeda, menyediakan menu yang cocok dihidangkan dalam segala cuaca, menyediakan lahan parkir yang lebih luas, menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan, selalu memperhatikan cita rasa produk yang di tawarkan, dan memperhatikan kualitas produksi sesuai keinginan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Analisis SWOT; *Sister City*; UMKM