

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOMPOR MINYAK TANAH
PADA *HOME INDUSTRY* BINTANG TIGA KOTA MALANG**

**Kristianto Orlando Yusran¹⁾, Drs R. Y. Susanto, MAB²⁾, Warter Agustim,
SE., MM³⁾**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang 2026

Email : nandoyusran13@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Tujuan penelitian Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk kompor. teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar memiliki nilai TAS tertinggi dengan nilai 7,03 , sehingga menjadi strategi prioritas yang paling tepat untuk diterapkan oleh Home Industri Kompor Minyak Tanah Bintang Tiga. Strategi Terpilih: Pengembangan Pasar. Strategi pengembangan pasar dipilih karena dinilai paling mampu memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang dimiliki Home Industri Bintang Tiga disimpulkan bahwa strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk kompor minyak tanah pada *HOME INDUSTRY* Bintang Tiga Malang. Di tengah persaingan dengan produk kompor modern seperti kompor gas dan listrik, kompor minyak tanah masih memiliki peluang pasar tersendiri, khususnya di wilayah tertentu dan pada kelompok konsumen dengan kebutuhan serta daya beli tertentu.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Pengembangan pasar, Peningkatan Penjualan

**IMPLEMENTATION OF A MARKETING STRATEGY TO INCREASE
SALES OF KEROSENE STOVES AT A THREE-STAR HOME INDUSTRY
IN MALANG CITY**

**Kristianto Orlando Yusran¹⁾, Drs R. Y. Susanto, MAB²⁾, Warter Agustim, SE.,
MM³⁾**

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang 2026*

Email : nandoyusran13@gmail.com

ABSTRACT

A marketing strategy is a plan that outlines a company's expectations regarding the impact of various marketing activities or programs on demand for its product or product line in a specific target market. The purpose of this study is was to determine how marketing strategies can increase sales of stove products. Data analysis techniques used were SWOT analysis. The results have shown that the market development strategy had the highest TAS score of 7.03, making it the most appropriate priority strategy for implementation by Bintang Tiga Kerosene Stove HOME INDUSTRY. Selected Strategy: Market Development. The market development strategy is was chosen because it is was considered most capable of utilizing the internal strengths and external opportunities of Bintang Tiga HOME INDUSTRY. It is was concluded that marketing strategies play a very important role in increasing kerosene stove sales at Bintang Tiga HOME INDUSTRY Malang. Amid competition with modern stove products such as gas and electric stoves, kerosene stoves still have their own market opportunities, especially in certain regions and among consumer groups with specific needs and purchasing power.

Keywords: Marketing Strategy, Market Development, Sales Increase