

ABSTRAK PROPOSAL TESIS

PT. Kuda Prima (Kuda Prima) merupakan sebuah perusahaan nasional yang berdiri pada tahun 1994 dan bernaung dibawah Sadikun Group. Pada awal berdirinya, Kuda Prima memiliki nama Kuda Prima Sejahtera, namun pada tahun 2010 berubah nama menjadi Kuda Prima. Sadikun Group sendiri sebenarnya sebuah perusahaan nasional yang sudah berdiri sejak tahun 1968 dan memiliki lini bisnis pada bidang industri hilir Minyak dan Gas Bumi. Seiring dengan perkembangan lini bisnis Sadiun Group, maka manajemen memutuskan untuk memperluas bidang usaha hilir industry Minyak dan Gas Bumi dengan menjadi bagian dalam penjualan dispenser SPBU untuk memenuhi kebutuhan secara nasional.

Seperti halnya perusahaan lain, Kuda Prima juga memiliki visi yaitu **“To be the leading supplier of fuel dispensers and fueling equipment”**. Serta Misi yang diusung oleh Kuda Prima yaitu **“Continuous efforts toward better service and distribution for customers”**. Dengan visi dan misi yang dibuat, tentu dapat kita lihat bahwa Kuda Prima memiliki value untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, apabila pelayanan yang terbaik telah terwujud, maka cita-cita untuk menjadi *leading supplier* juga akan segera terwujud.

Namun sayangnya, saat ini penjualan dispenser SPBU yang dilakukan oleh Kuda Prima mengalami penurunan sejak tahun 2014 hingga saat ini. Hal ini yang mendorong peneliti yang juga bekerja sebagai karyawan di Sadikun Group berkeinginan menerapkan langkah-langkah tepat yang untuk menyusun strategi pemasaran. Untuk mewujudkan hal ini, peneliti terlebih dahulu harus menetapkan dasar-dasar teori yang dilandasi pada situasi internal, situasi pasar, dll sebagai dasar ditetapkannya strategi pemasaran yang tepat.

ABSTRACT

PT Kuda Prima (Kuda Prima) is a national corporation established in 1994 and one of the part of Sadikun Group. In the beginning, Kuda Prima was well known as Kuda Prima Sejahtera, but in 2010 it has been changed as Kuda Prima. Sadikun Group itself is a national corporation group that has been established since 1968 and has engaged on the Oil and Gas business, specifically on downstream area. Along with the development of Sadikun Group's business line, the management decided to expand the downstream business of the Oil and Gas industry by becoming part of the sales of SPBU dispensers to meet national needs.

Similar with other corporation, Kuda Prima has a vision which stated “*To be the leading supplier of fuel dispensers and fueling equipment*”. As well as the mission that carried by Kuda Prima stated “*Continuous efforts toward better service and distribution for customers*”. With the abovementioned vision and mission, we can see that Kuda Prima has a value to give its best services to the customers and if the best service has achieved, therefore the dream to become the leading supplier would be realized.

Unfortunately, currently the selling of gas station dispenser conducted by Kuda Prima has decreased since 2014 until now. This matters encourage researchers who also work as the employee in Sadikun Group to apply the appropriate steps to develop marketing strategies. To realize this, the researcher must first establish the theoretical basis of the internal situation, market situation, etc as the basis for the establishment of appropriate marketing strategy.