

Bagi setiap kaum muslim, hari raya Idul Fitri dan hari raya Idul Adha merupakan hari yang paling penting. Kedua hari raya ini memberikan keutamaan masing-masing. Di hari raya Idul Adha, kaum muslim melaksanakan ibadah kurban bagi yang mampu. Kaum muslim melakukan ibadah ritual ini dengan menyembelih hewan kurban untuk dibagikan kepada sesama. Tebar Hewan Kurban (THK) merupakan jejaring Dompot Dhuafa Republika yang khusus menangani pengumpulan dan pendistribusian hewan kurban. THK menjadi jejaring otonom yang mampu menjalankan kegiatan dan proses manajemen secara mandiri. Upaya THK untuk meningkatkan penjualan hewan kurban memerlukan pemasaran yang baik melalui edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya peran masyarakat muslim untuk berkorban. Sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya berkorban kepada masyarakat tentu saja memerlukan perencanaan pemasaran yang sesuai dengan kegiatan THK.

Rencana pemasaran yang sesuai diterapkan pada THK mempunyai langkah-langkah sebagai berikut pendefinisian visi, misi dan tujuan perusahaan, analisa situasi pemasaran, perumusan tujuan pemasaran, perumusan strategi pemasaran, perumusan program pendukung dan anggaran. Strategi pemasaran dengan membagi STP pada dua bagian yaitu pekurban dan penerima kurban. Program pemasaran yang sesuai dengan strategi pemasaran tersebut terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.

*Kata kunci : Marketing Plan, SWOT, STP, strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.*

## ABSTRACT

For Moslems, the Iedul Fitri and Iedul Adha are the most important days in religious sense. Both reserve their own significance. In the Iedul Adha day, eligible Moslems conduct the Kurban worship. This ritual is done by slaying the so called Hewan Kurban or literally the Kurban animal whose meat is to be distributed for the consumption of the unfortunate. Tebar Hewan Kurban (THK) is a dedicated network belonged to the institution of Dompot Dhuafa Republika that specifically assigned the collection and distribution of Hewan Kurban. THK is an autonomous network that is able to undertake its activities and management independently. The effort for THK to increase animal sale requires good marketing through education and socialization regarding the crucial importance of the entire Moslem community's role to conduct the worship of the Kurban. Both the education and socialization promotion to the community require a tailor-made marketing plan that fits the activities of THK.

The right marketing plan to be implemented for THK consists of the following steps, defining vision, mission, and company goal, marketing situation analysis, marketing goal setting, marketing strategy formulation, supporting program formulation, and budgeting. The marketing strategy divides STP into two perspectives, namely the Kurban giver perspective and the Kurban receiver perspective. Marketing program that suits with the aforementioned marketing strategy consists of product strategy, pricing strategy, distribution strategy, and promotion strategy.

*Key words: Marketing Plan, SWOT, STP, product strategy, pricing strategy, distribution strategy, and promotion strategy.*