

ABSTRAK

Organisasi, baik profit maupun non-profit di era sekarang ini sudah banyak tersebar, di berbagai kalangan dengan berbagai tujuan. Beberapa organisasi itu banyak yang menyuarakan tentang pentingnya penjagaan terhadap lingkungan hidup termasuk di dalamnya hewan-hewan liar khususnya yang hampir punah. World Wide Fund (WWF) merupakan salah satu organisasi internasional yang tersebar di beberapa negara besar di dunia termasuk Indonesia yang mempunyai misi untuk melindungi lingkungan serta kehidupan didalamnya. Namun untuk menjalankan misi itu, tentu saja tiap organisasi ada strategi yang digunakan untuk memasarkan program atau produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris performa strategi pemasaran yang digunakan WWF Indonesia sebagaimana dipersepsikan dari orang-orang diluar organisasi. Penelitian ini menggunakan teori dasar pemasaran 7P terhadap strategi yang akan digunakan, yaitu strategi pemasaran secara edukasional dan strategi pemasaran secara finansial terhadap performa edukasi dan performa finansial. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada para sampel. Uji analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran edukasional tidak berpengaruh secara langsung kepada performa edukasi maupun finansial meskipun memberikan respon positif. Strategi pemasaran finansial juga tidak berpengaruh secara langsung karena tidak memberikan hasil signifikan walaupun memberi hasil positif terhadap performa finansial itu sendiri. Namun terkait strategi pemasaran finansial yang menunjukkan efek ambigu terhadap performa edukasi, penelitian memberikan hasil signifikan serta positif.

Kata Kunci: *Nonprofit Organisasi, Pemasaran, 7P, Strategi Pemasaran Edukasional, Strategi Pemasaran Finansial, Performa Pemasaran Edukasi, Performa Pemasaran Finansial*