

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI ONLINE TERHADAP VOLUME
PENJUALAN IKAN SALAI PADA PD. TUAH SEKATA PANGKALAN KERINCI**

**Idris, Marwan, Subagya Akbarinov dan Suryadi
STIE Purna Graha**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci yang berlokasi di Jalan Lintas Timur Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Variabel dalam penelitian ini adalah biaya promosi online dan volume penjualan. Data dalam penelitian ini berupa data kuantitatif yaitu biaya promosi online dan volume penjualan selama 12 bulan terakhir yaitu dari Bulan Januari – Desember 2018. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, biaya promosi online yang dikeluarkan oleh PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci. Dalam melakukan kegiatan promosinya, biaya promosi online yang dikeluarkan oleh PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini disebabkan antara lain oleh intensitas dan besaran penggunaan akses internet (biaya koneksi internet) dan aktifitas dalam update content website. Total biaya promosi online yang dikeluarkan PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci selama tahun 2018 sebesar Rp. 22.570.000,-. Pada Bulan April, Mei, Oktober, dan Nopember terjadi penurunan biaya dari bulan sebelumnya. Volume penjualan ikan salai PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci. Volume penjualan selama Bulan Januari sampai dengan Desember 2018 mengalami kenaikan dan penurunan. Tingkat penjualan tertinggi terjadi pada Bulan September 2018 dengan volume penjualan 2100 bungkus, sedangkan penjualan terendah terjadi pada Bulan Mei 2010 dengan volume penjualan ikan salai sebesar 210 bungkus. Total volume penjualan ikan salai pada PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci sebesar 9.660 bungkus. Pada Bulan April, Mei, Oktober, dan Nopember terjadi penurunan volume penjualan dari bulan sebelumnya. Pengaruh Biaya Promosi Online terhadap Volume Penjualan Ikan Salai pada PD. TUAH SEKATA Pangkalan Kerinci. Dari hasil perhitungan antara variabel independent (biaya promosi online) dan variabel dependent (volume penjualan) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 609 bungkus/bulan.

Keyword : Biaya Promosi Online, dan Volume Penjualan.