

**ANALISIS PROMOSI MELALUI *DIGITAL MARKETING*
DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN BISNIS
STARTUP DEWI REMPAH NUSANTARA**

SKRIPSI



Oleh :

Dewi Masruroh

NIM 22201004

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS dr. SOEBANDI

JEMBER

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir Skripsi: "Analisis Promosi Melalui *Digital Marketing* Dalam Mendukung Pengembangan Bisnis *Startup* Dewi Rempah Nusantara"

Telah disetujui dan di sahkan sebagai tugas akhir skripsi untuk diajukan dalam ujian seminar hasil.

Jember, 12 Juni 2026

Menyetujui,

Penguji I,



(Drs. Mohammad Fanani, M.M.)

NIK. 19640727 201111 1 010

Penguji II,



(Ismatul Hasanah, S.E., M.M.)

NIK. 19921116 202307 2 243

Penguji III,



(Endang Lifchatullaillah, S.E., M.M.)

NIK. 19681031 201812 2 161

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas dr. Soebandi



(Endang Lifchatullaillah, S.E., M.M.)

NIK. 19681031 201812 2 161

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital mendorong pelaku usaha memanfaatkan *digital marketing* sebagai strategi promosi untuk meningkatkan daya saing bisnis. Dewi Rempah Nusantara merupakan *startup* yang bergerak di bidang pengolahan bumbu rempah khas Nusantara dan memanfaatkan media digital dalam kegiatan pemasarannya. Penelitian ini ditujukan guna mengkaji penerapan promosi melalui *digital marketing* dalam mendukung pengembangan bisnis *startup* Dewi Rempah Nusantara serta merumuskan strategi promosi yang tepat berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian melibatkan pemilik usaha, tim promosi, tim produksi, dan konsumen. Data dianalisis dengan melibatkan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi promosi *digital marketing*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya Dewi Rempah Nusantara telah memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* sebagai sarana promosi produk. Penerapan *digital marketing* dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan penyebaran informasi produk, serta mendukung pengembangan bisnis. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kualitas produk, cita rasa autentik, dan pemanfaatan media digital menjadi kekuatan utama usaha. Sementara itu, keterbatasan sumber daya promosi dan konsistensi konten digital menjadi kelemahan yang perlu diperbaiki. Strategi yang direkomendasikan adalah optimalisasi media sosial, peningkatan kualitas konten digital, dan penguatan kerja sama dengan mitra usaha untuk meningkatkan daya saing bisnis.

Kata Kunci: *digital marketing*, promosi digital, *startup*, pengembangan bisnis, analisis SWOT.