

ABSTRAK

Mekar Kholqi Primayanti, 1224040065, 2026: “Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Melalui Digital Marketing Di Buruan SAE (Sehat, Alami, Ekonomis) Bima Mandiri Kelurahan Cisaranten Binaharapan (Pendekatan *Participatory Action Research*)”

Permasalahan utama dalam penelitian ini berkaitan dengan keterbatasan pemasaran hasil pertanian yang dialami oleh Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri. Walaupun hasil pertanian dan produk olahan yang dihasilkan sudah cukup baik, namun sistem pemasaran yang ada masih bersifat konvensional. Akses pasar sangat terbatas serta kurangnya pemahaman penggunaan teknologi menjadi penghalang utama.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses pemberdayaan ekonomi melalui pemasaran digital yang berbasis pada *WhatsApp Business*. Penelitian ini difokuskan pada partisipasi dalam peningkatan kemampuan anggota dalam memanfaatkan *digital marketing*. Selain itu, penelitian ini juga menilai pengaruh penggunaan *WhatsApp Business* terhadap peningkatan ekonomi komunitas

Penelitian ini berbasis pada pemberdayaan masyarakat yang menitikberatkan pada penyadaran, penguatan kapasitas dan kemandirian. Teori dari Edi Suharto diterapkan untuk menjelaskan tahapan dalam proses pemberdayaan. Dalam penelitian ini, pemberdayaan dimaknai sebagai suatu usaha terencana untuk meningkatkan kemampuan baik individu maupun kelompok dalam mengelola potensi yang ada.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Participatory Action Research* (PAR) yang terdiri dari lima tahap utama. Proses dimulai dengan mengenali masalah yang dihadapi oleh komunitas. Tahap memahami dilakukan melalui pertemuan kelompok untuk merumuskan solusi. Tahap perencanaan, dibuatlah rencana pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan. Tahap tindakan mencakup praktik penggunaan *WhatsApp Business*, diakhiri dengan tahap evaluasi untuk menilai perubahan yang telah terjadi.

Penelitian mengindikasikan adanya perbaikan dalam kualitas pemasaran setelah pemanfaatan *WhatsApp Business*. Anggota kini mampu membuat profil bisnis, katalog produk, dan menggunakan fitur pesan otomatis dengan lebih baik. Selain itu, cakupan pasar mulai meluas dan kepercayaan diri para anggota mengalami peningkatan.

Kata kunci: Pemberdayaan, *Digital Marketing*, *WhatsApp Business*, *Participatory Action Research*