

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Buruan Sehat, Alami, Ekonomis (SAE) merupakan komunitas yang berinovasi dalam *urban farming* yang bertujuan untuk menjaga ketahanan pangan, kemandirian ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan. Buruan SAE mengajak dan mengajarkan warga untuk memanfaatkan lahan terbatas di halaman rumah, gang, atau tanah kosong di sekitar tempat tinggal untuk melakukan budidaya sayuran, tanaman obat keluarga (TOGA), serta ikan. Tujuannya bukan hanya menjaga ketahanan pangan, tetapi juga memperkuat ekonomi melalui pemanfaatan potensi lokal. Melalui inisiatif ini, diharapkan dapat secara mandiri memenuhi kebutuhan pangan sehat sekaligus membuka peluang ekonomi dari hasil panen atau produk yang diolah. Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri merupakan salah satu kelompok masyarakat yang berhasil mengembangkan pertanian perkotaan. (Amien Subagyo, 30-10-2025)

Secara umum, Buruan SAE telah memberikan pengaruh positif terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakatnya. Menurut data dari Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Bandung pada tahun 2023, terdapat lebih dari 200 komunitas Buruan SAE yang aktif. Komunitas ini mampu menyediakan bahan makanan segar untuk keperluan rumah tangga serta membuka peluang ekonomi baru lewat penjualan hasil pertanian. Namun, potensi ekonomi dari komunitas Buruan SAE belum sepenuhnya

dimanfaatkan karena terkendala oleh masalah dalam pemasaran, manajemen produksi, dan keterampilan digital.

Fenomena ini juga dapat diamati di Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri, suatu komunitas yang dianggap berhasil dalam integrasi pertanian kota. Komunitas ini berada di Kelurahan Cisaranten Binaharapan, Kecamatan Arcamanik, dan pada tahun 2022 pernah meraih penghargaan sebagai Buruan SAE terbaik di tingkat Kota Bandung. Komunitas Buruan SAE ini telah berhasil memproduksi berbagai hasil pertanian seperti sayur organik, pupuk kompos, serta produk olahan pangan yang memiliki nilai jual. Meskipun demikian, salah satu tantangan yang dihadapinya adalah keterbatasan dalam sistem pemasaran. Sebagian besar penjualan masih dilakukan dengan cara tradisional, yaitu dijual hanya sebatas kepada tetangga di lingkungan sekitar. Akibatnya, penjualan belum sepenuhnya berkembang karena jangkauan pasarnya yang sangat sempit. (Amien Subagyo, 30-10-2025)

Keterbatasan akses jangkauan pasar ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital anggota komunitas karena sebagian besar anggotanya merupakan lansia. Kurangnya kemampuan dalam menggunakan teknologi menyebabkan komunitas ini belum mengambil kesempatan pemasaran digital, meskipun sekarang pemasaran digital sudah menjadi kebutuhan utama bagi usaha kecil di zaman *modern*. Perekonomian di masyarakat perkotaan yang kompetitif menuntut adanya strategi pemasaran yang lebih luas, efektif, dan mampu meningkatkan pendapatan.

Upaya untuk memperluas akses pasar dan memaksimalkan potensi perekonomian dalam komunitas, *digital marketing* menjadi strategi yang sangat tepat. Pemasaran digital terbukti bisa memperluas pasar, meningkatkan harga jual produk, serta memperkuat kompetisi. Seperti yang diungkapkan oleh (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017), teknologi digital dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi dalam pemasaran bagi usaha mikro. Salah satu *platform* sederhana untuk diakses oleh kelompok lansia adalah *WhatsApp Business*. *Platform* ini menawarkan beragam fungsi seperti daftar produk, pesan yang otomatis, dan pengiriman pesan cepat serta dapat menjalin hubungan langsung dengan konsumen yang dapat mendukung komunitas untuk memasarkan barang mereka dengan efisien tanpa memerlukan keterampilan teknologi yang canggih.

Dalam peningkatan pengembangan kapasitas digital, diperlukan pendekatan yang melibatkan langsung dari para anggota komunitas. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) merupakan metode yang sesuai untuk diterapkan dalam konteks ini. Dengan menggunakan PAR, komunitas tidak hanya berfungsi sebagai objek penelitian, tetapi juga aktif sebagai subjek yang terlibat di setiap langkah kegiatan mulai dari tahap observasi, identifikasi, perencanaan, pelaksanaan, hingga refleksi. PAR menitikberatkan pada proses reflektif dan kolaboratif antara peneliti dan komunitas dalam mencari solusi untuk masalah nyata yang mereka hadapi (Siswadi & Ahmad, 2024). Dalam penelitian ini, PAR digunakan untuk membantu komunitas Buruan SAE dalam mengenali kendala dalam

pemasaran, meningkatkan kemampuan digital, serta menguji efektivitas strategi *WhatsApp Business* sebagai alat untuk memasarkan produk pertanian.

Meskipun Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri sudah berhasil meningkatkan hasil pertanian melalui pertanian perkotaan, masalah utama yang masih dihadapi adalah kurangnya kemampuan dalam pemasaran secara digital. Kebanyakan anggota komunitas Buruan SAE terdiri dari lansia yang belum paham tentang teknologi digital dengan baik. Hal ini menyebabkan akses pasar terbatas, hanya di sekitar lingkungan, dan harga jual produk kurang meningkat secara signifikan. Kondisi ini menunjukkan perlunya adanya program pengembangan yang fokus pada peningkatan kemampuan pemasaran digital agar komunitas bisa memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Isu utama yang dihadapi adalah keterbatasan komunitas Buruan SAE Bima Mandiri dalam menggunakan *digital marketing* karena tingkat literasi digital yang masih rendah. Permasalahan yang dihadapi bukan dari produksi, melainkan dari kemampuan anggota dalam pemasaran yang menggunakan teknologi. Secara konseptual, penelitian ini menggabungkan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan inovasi digital yang didasarkan pada komunitas. Dalam proses perubahan sosial, pelatihan tentang pemasaran digital menjadi bagian yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran, keterampilan, kemandirian masyarakat, dan pelatihan *digital marketing* terutama dengan menggunakan *WhatsApp Business* dilihat sebagai strategi pemberdayaan berbasis *Participatory Action Research* (PAR). Strategi ini mendorong

masyarakat untuk berpikir kreatif, membangun jaringan pemasaran yang lebih luas, serta mengelola sumber daya secara mandiri. Dengan demikian, strategi pemberdayaan digital ini diharapkan dapat memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat kemandirian ekonomi komunitas Buruan SAE Bima Mandiri. Pendampingan yang terencana dan melibatkan partisipasi, diharapkan masyarakat dapat memahami kemampuan digital ke dalam kegiatan ekonomi sehari-hari mereka.

Penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Melalui Digital Marketing Di Buruan SAE (Sehat, Alami, Ekonomis) Bima Mandiri Kelurahan Cisaranten Binaharapan (pendekatan *Participatory Action Research*)” diharapkan bisa berkontribusi memberikan pemahaman mengenai pemberdayaan ekonomi komunitas berbasis digital yang partisipatif dan kontekstual.

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada upaya memperkuat perekonomian Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri Arcamanik dengan cara meningkatkan pemahaman tentang pemasaran digital serta strategi pemasaran berbasis *WhatsApp Business* dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Berdasarkan arah fokus tersebut, maka penelitian ini dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pemberdayaan ekonomi komunitas Buruan SAE melalui *digital marketing* berbasis *WhatsApp Business* dengan pendekatan *Participatory Action Research*?
2. Bagaimana partisipasi anggota komunitas Buruan SAE dalam tahap pemberdayaan dengan pelatihan dan penerapan *WhatsApp Business*?
3. Bagaimana hasil penerapan *WhatsApp Business* terhadap Komunitas Buruan SAE?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh komunitas Buruan SAE melalui penerapan *digital marketing* berbasis *WhatsApp Business* dengan pendekatan *Participatory Action Research*.
2. Untuk menganalisis partisipasi anggota komunitas Buruan SAE dalam setiap tahap pemberdayaan melalui pelatihan *WhatsApp Business*.
3. Untuk mengidentifikasi hasil dari penerapan *WhatsApp Business* terhadap Komunitas Buruan SAE.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk peningkatan ilmu dalam program studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), terutama dalam konteks pemberdayaan ekonomi yang berfokus pada komunitas dan digitalisasi dalam pemasaran. Secara akademis, hasil

penelitian ini relevan dan dapat memperkaya kajian dalam beberapa mata kuliah inti di Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, yaitu:

- 1) Pengembangan ekonomi umat, karena penelitian ini memperkuat perekonomian dan kemandirian pada Komunitas Buruan SAE. finansial
- 2) Media digital, karena penelitian ini menekankan penggunaan *digital marketing* melalui *WhatsApp Business* sebagai cara komunikasi ekonomi *modern* yang mudah dijangkau oleh masyarakat.
- 3) Kewirausahaan, karena penelitian ini mendorong tumbuhnya semangat wirausaha di kalangan komunitas dengan secara mandiri melalui *platform digital*.

Selain itu, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini bisa menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya dalam merancang model pemberdayaan ekonomi komunitas menggunakan kombinasi antara keterampilan digital, kemandirian ekonomi, dan nilai-nilai sosial religius.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi terkait pemasaran digital bagi Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri Arcamanik, serta pemerintah daerah dan organisasi yang fokus pada pemberdayaan masyarakat. Hasil dari penelitian ini bisa menjadi acuan untuk merancang strategi pemasaran digital yang efisien, terjangkau, dan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat umum. Penggunaan *WhatsApp Business* sebagai sarana pemasaran diharapkan bisa memperluas akses pasar,

meningkatkan harga jual produk pertanian, dan memperkuat hubungan sosial ekonomi di antara anggota komunitas.

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 Pemberdayaan**

Secara teori, pemberdayaan dipahami sebagai sebuah proses perubahan sosial untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam menguasai sumber daya, membuat keputusan, dan menentukan arah hidup mereka. Chambers (1997) melihat pemberdayaan sebagai usaha untuk memperluas pilihan dan kontrol yang dimiliki masyarakat terkait dengan sumber daya yang mempengaruhi kesejahteraan mereka. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Ife (2013) yang menekankan bahwa pemberdayaan harus mendorong partisipasi aktif dan kemandirian di dalam masyarakat.

Dalam konteks ekonomi, pemberdayaan masyarakat fokus pada peningkatan kemampuan ekonomi sebagai unit dasar dalam pembangunan. Pendapat ini didukung oleh Ellis (2000) yang menyoroti pentingnya diversifikasi sumber penghidupan serta pemanfaatan aset lokal sebagai strategi untuk bertahan dan berkembang secara ekonomis. Todaro dkk (2015) juga berpendapat bahwa pembangunan ekonomi yang berkelanjutan harus didasarkan pada penguatan ekonomi di tingkat komunitas.

### **1.5.2 Ekonomi**

Menurut Abraham Maslow (1934), ekonomi adalah disiplin yang fokus pada upaya memenuhi kebutuhan dasar manusia. Ilmu ekonomi membahas tidak hanya aktivitas yang berkaitan dengan produksi, distribusi,

dan konsumsi, tetapi juga menganalisis cara manusia mengelola sumber daya yang ada dengan terbatas agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan efisien. Proses ini dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip dan teori ekonomi yang dianggap paling sesuai, efektif, dan efisien dalam suatu sistem.

Ekonomi pada dasarnya ditujukan untuk membantu individu dan kelompok dalam menghadapi permasalahan kebutuhan, baik yang bersifat dasar maupun yang berhubungan dengan pengembangan. Dengan pengelolaan yang terstruktur dan rasional atas sumber daya ekonomi, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, ekonomi tidak hanya dianggap sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga sebagai alat untuk menciptakan keberlanjutan dalam kehidupan sosial dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan.

### 1.5.3 Partisipasi

Partisipasi adalah kunci dalam pendekatan pemberdayaan serta pengembangan yang berlandaskan komunitas. Dalam kerangka pemberdayaan ekonomi, kontribusi masyarakat sangat krusial untuk menjamin keberlangsungan program-program tersebut. Narayan (2002) menyatakan bahwa partisipasi memperkuat posisi tawar masyarakat serta meningkatkan efektivitas program pemberdayaan karena masyarakat diikutsertakan secara langsung dalam menentukan kebutuhan dan solusi.

### 1.5.4 *Digital Marketing*

Brynjolfsson dan McAfee (2014) mengemukakan bahwa teknologi digital mampu mendorong produktivitas dan efisiensi dalam perekonomian.

Dalam konteks pemasaran, *digital marketing* dipahami sebagai pendekatan komunikasi dan distribusi produk yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih luas dan efektif.

Penggunaan *WhatsApp Business* dalam riset ini akan dijelaskan melalui teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003). Rogers menjelaskan bahwa penerapan inovasi berlangsung melalui serangkaian tahapan, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. *WhatsApp Business* dianggap sebagai inovasi dalam pemasaran digital yang cocok dengan karakteristik anggota Komunitas Buruan SAE, terutama bagi mereka yang berusia pra-lansia, karena kemudahan penggunaan dan kemampuannya dalam mendukung komunikasi langsung dengan pelanggan.

#### 1.5.5 *Participatory Action Research* (PAR)

Fals Borda (1987) menggambarkan PAR sebagai proses kolaboratif antara peneliti dan masyarakat, bertujuan meningkatkan kesadaran kritis dan mendorong perubahan sosial yang nyata. Dalam pendekatan ini, masyarakat tidak dilihat sebagai objek penelitian, melainkan sebagai subjek dengan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan untuk menganalisis masalah mereka sendiri. Pengetahuan lokal dianggap setara dengan pengetahuan akademik, sehingga penelitian menjadi sarana pembelajaran bersama dan alat untuk membebaskan diri dari ketimpangan struktural. Dengan demikian, PAR menurut Fals-Borda tidak hanya menghasilkan data, tetapi juga membangun kekuatan sosial dan kemandirian masyarakat.

Selain Fals-Borda, PAR juga dikembangkan oleh Reason dan Bradbury (2001) yang menekankan integrasi antara pengetahuan dan tindakan dalam pendekatan penelitian partisipatif. Mereka mendefinisikan PAR sebagai proses partisipatif yang melibatkan kolaborasi aktif antara peneliti dan partisipan untuk memahami serta mengubah realitas sosial menuju arah yang lebih baik. Reason dan Bradbury menekankan bahwa PAR bersifat reflektif, siklikal, dan kontekstual, di mana setiap tindakan diikuti oleh proses refleksi kritis untuk menyempurnakan praktik berikutnya. Pendekatan ini menempatkan nilai-nilai demokrasi, dialog, dan keadilan sosial sebagai landasan utama penelitian. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, PAR menurut Reason dan Bradbury menjadi pendekatan yang relevan karena mendorong terciptanya perubahan sosial yang berkelanjutan melalui keterlibatan langsung masyarakat dalam seluruh tahapan penelitian dan aksi sosial.

## **1.6 Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri, yang terletak di RW 10 Kelurahan Cisaranten Binaharapan, Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu pemberdayaan ekonomi melalui *digital marketing* dengan menggunakan *WhatsApp Business*. Kebanyakan anggotanya adalah lansia yang berperan penting dalam kegiatan bertani dan pengolahan hasil pertanian, tetapi masih

menghadapi kendala dalam mengakses pasar dan pemahaman tentang teknologi digital. Kondisi ini menjadi alasan utama mengapa lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian, karena menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan kemandirian ekonomi melalui pendekatan partisipatif.

#### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme, yaitu pandangan bahwa realitas sosial dibentuk oleh pengalaman, interaksi, dan makna yang diciptakan oleh individu atau kelompok dalam lingkungan sosial tertentu (Moleong, 2018). Dalam penelitian ini, proses pemberdayaan ekonomi melalui komunitas Buruan SAE Bima Mandiri tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang objektif, tetapi juga sebagai proses sosial yang diartikan secara berbeda oleh setiap pihak yang terlibat, seperti anggota komunitas, pengurus, serta peneliti. Peneliti mencoba memahami bagaimana para pelaku di lapangan memaknai proses pemberdayaan dan penggunaan *digital marketing* berbasis *WhatsApp Business* berdasarkan pengalaman langsung, interaksi sosial, dan dinamika yang terjadi dalam kehidupan komunitas.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan fenomena sosial secara mendalam dan menyeluruh dari perspektif para partisipan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara detail proses, makna, serta dinamika pemberdayaan ekonomi yang terjadi di komunitas Buruan SAE.

Penelitian kualitatif tidak lebih fokus pada pemahaman konteks sosial secara mendalam dan menjelaskan bagaimana peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat terjadi melalui kegiatan *digital marketing* partisipatif.

Selain itu, pendekatan ini juga diimbangi dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menekankan kolaborasi aktif antara peneliti dan masyarakat sebagai mitra yang setara. PAR dilakukan melalui tahapan refleksi, perencanaan, tindakan, observasi, dan evaluasi secara bersama-sama antara peneliti dan anggota komunitas. Dengan menggabungkan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif berbasis PAR, penelitian ini bertujuan memahami realitas sosial secara utuh dan kontekstual.

### 1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Menurut Moleong (2018), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami pengalaman yang dialami oleh partisipan, termasuk sikap, pandangan, dorongan, dan tindakan secara menyeluruh dengan cara menggambarkan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks yang alami.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menjelajahi secara mendalam proses pemberdayaan ekonomi melalui pemanfaatan digital marketing berbasis *WhatsApp Business* pada anggota Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri. Metode penelitian ini dianggap paling cocok karena mampu menyesuaikan dengan anggota komunitas yang

sebagian besar adalah lansia dengan keterbatasan fisik, tetapi masih memiliki semangat untuk belajar dan terlibat aktif dalam kegiatan ekonomi yang produktif. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dalam penelitian ini dijalankan dalam lima tahap utama, yakni observasi, identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan refleksi.

#### 1.6.4 Jenis dan Sumber Data

##### 1) Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif sebagai sumber utama penelitian. Menurut Moleong (2017), data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, tindakan, atau perilaku yang diamati, bukan berupa angka atau hasil perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, data kualitatif digunakan untuk menggambarkan bagaimana proses pemberdayaan ekonomi dilakukan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), serta bagaimana anggota komunitas berpartisipasi dan beradaptasi dalam menggunakan teknologi digital, seperti *WhatsApp Business* dalam kegiatan ekonomi mereka.

##### 2) Sumber Data

###### a) Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi yang dilakukan selama proses pendampingan. Data ini mencakup berbagai informasi seperti pengalaman anggota komunitas dalam mengikuti pelatihan, tingkat partisipasi dalam proses pemberdayaan, pemahaman dalam

penggunaan *WhatsApp Business*, serta perubahan perilaku dan kemampuan ekonomi yang terjadi selama penelitian.

b) Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Sumber ini mencakup arsip kegiatan komunitas, laporan program Buruan SAE, artikel ilmiah, buku, serta hasil penelitian sebelumnya yang membahas pemberdayaan masyarakat, *digital marketing*, dan partisipasi sosial lansia. Penggunaan kedua jenis data tersebut saling melengkapi untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap.

#### 1.6.5 Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan tidak didasarkan pada jumlah yang banyak, tetapi lebih pada kedalaman informasi yang bisa didapat dari subjek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*, yaitu memilih informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017). Informan dipilih karena dianggap memiliki pemahaman mendalam tentang kegiatan pemberdayaan ekonomi Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri serta aktif terlibat dalam pelaksanaan program pelatihan *digital marketing* berbasis *WhatsApp Business*. Informan utama dalam penelitian ini terdiri dari:

- a) Ketua Buruan SAE Bima Mandiri.
- b) Anggota komunitas.

Pemilihan informan dilakukan secara bertahap selama proses penelitian, sesuai dengan prinsip *snowball sampling*, yaitu memperluas jumlah informan berdasarkan rekomendasi informan awal yang dianggap relevan dan memiliki keterkaitan dengan permasalahan penelitian (Moleong, 2018). Dengan cara ini, informasi yang diperoleh lebih lengkap dan kontekstual.

#### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dirancang agar bisa mendapatkan informasi yang dalam, jelas, dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami bagaimana proses pemberdayaan ekonomi di Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri berlangsung melalui *digital marketing* dengan menggunakan *WhatsApp Business*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Berikut beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data:

##### a) Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kegiatan masyarakat terkait proses pemberdayaan, termasuk bagaimana anggota Komunitas Buruan SAE terlibat dalam pelatihan *digital marketing*, menggunakan layanan *WhatsApp Business*, serta berinteraksi di antara sesama anggota komunitas.

##### b) Wawancara

Wawancara dilakukan kepada informan yang dipilih secara purposif, seperti anggota yang aktif atau pengurus komunitas. Teknik ini

digunakan untuk mengetahui pengalaman, pendapat, motivasi, dan hambatan yang dialami lansia dalam menerapkan *digital marketing*. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan panduan pertanyaan semi-terstruktur agar informan bisa berbicara bebas namun tetap sesuai dengan fokus penelitian.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa foto kegiatan, laporan aktivitas komunitas Buruan SAE. Dokumen ini bisa memperkuat hasil observasi dan wawancara serta memberikan bukti nyata tentang kegiatan pemberdayaan yang terjadi.

#### 1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas informasi dalam studi mengenai pemberdayaan ekonomi Komunitas Buruan SAE Bima Mandiri ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu meninjau kembali data yang diperoleh dengan membandingkan berbagai sumber dan metode. Menurut Moleong (2019), triangulasi adalah sebuah metode untuk memeriksa keabsahan data dengan menggunakan unsur di luar data itu sendiri sebagai referensi untuk memverifikasi atau sebagai alat pendukung terhadap data tersebut.

#### 1.6.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, metode analisis data dilakukan sepanjang dan setelah proses pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam data yang diperoleh,

memeriksa kualitas data, menguji hipotesis penelitian, serta memastikan ketepatan data (Sudaryono 2023).

1) Reduksi Data

Dilakukan dengan memilih dan fokus pada informasi yang berkaitan langsung dengan penelitian, seperti hasil wawancara, pengamatan, serta catatan tentang cara komunitas Buruan SAE Bima Mandiri memperkuat pemberdayaan ekonomi melalui *WhatsApp Business*.

2) Penyajian Data

Penyajian data disajikan dalam bentuk cerita, tabel, atau kutipan dari wawancara, agar lebih mudah dipahami mengenai hubungan antar faktor sosial dan perubahan dalam proses pemberdayaan.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Dilakukan dengan cara merefleksikan dan membandingkan berbagai sumber informasi, agar hasilnya akurat dan dapat dipercaya. Proses ini membantu memahami bagaimana penerapan *digital marketing* dapat meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas Buruan SAE.