



UNIVERSITAS IPWIJA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Letda Natsir No.7 Cikeas Ds. Nagrak, Kec. Gunung Putri

Kab. Bogor. 16967 Telp. +62-21-8233737

lp2m@ipwija.ac.id <https://lp2m.ipwija.ac.id>

 UNIVERSITAS IPWIJA

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No:014 /IPWIJA.LP2M/PkM-00/2026

Berdasarkan Surat Edaran Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Semester Ganjil 2025/2026 No.148/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2025 tanggal 1 September 2025 dan surat permohonan dari YPI Al-Isti'annah Cileungsi, Bogor, Jawa Barat No.42.1/014/YPI.YAPA/II/2026 tanggal 5 Februari 2026 perihal permohonan Narasumber, Pendamping dan Pemberi Materi, dengan ini Kepala LP2M Universitas IPWIJA menugaskan:

1. Irwan Kurniawan S.Kom., M.M. (NIDN: 0427057407)
2. Dr. Taufik, SE., MM. (NIDN :0310037303)

Untuk menjadi Narasumber dalam kegiatan yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Rabu, 11 Februari 2026

Waktu : 08.00 WIB s.d selesai

Tempat : KP. Rawahingkik RT.001/017 Desa Cileungsi Kec.Cileungsi Bogor

Tema : "Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Perspektif Social Entrepreneur."

Setelah pelaksanaan kegiatan Dosen yang ditugaskan diwajibkan membuat Laporan Pelaksanaan Kegiatan kepada pemberi tugas (LP2M Universitas IPWIJA). Mohon bantuan penanggungjawab kegiatan membantu menyediakan berkas yang diperlukan untuk pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan.

Demikian Surat Tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Bogor, 9 Februari 2026



Drs Javadi, M.M.

Kepala LP2M



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AL-ISTI'AANAH

AKTA NOTARIS No. : 10/11/VIII/2011

Gg. Pandai RT. 01/17 Cileungsi, Bogor, Jawa Barat Telp./Fax. (021) 8233663 HP. 0813 11016276

Nomor : 42.1/014/YPI/YAPA/II/2026
Lamp : -
Perihal : Permohonan Menjadi Narasumber

Cileungsi, 5 Februari 2026

Kepada Yth,

Pim. Universitas IPWIJA

Cc : LP2M

di-

T e m p a t

Assalamualikum, Wr Wb

Berdasarkan Program kerja tahun 2026, Ketua YPI Al-Isti'annah Cileungsi bermaksud akan mengadakan kegiatan Pemanfaatan Digital marketing dalam perspektif Social Entrepreneur.

Sehubungan dengan ini kami menyampaikan permohonan kepada pimpinan Universitas IPWIJA untuk menghadirkan :

1. H. Tb. Irwan Kurniawan, S.Kom, M.M.

2. Dr. Taufik, S.E., M.M

Sebagai Dosen Universitas IPWIJA berkenan menjadi narasumber pada acara tersebut yang akan di laksanakan pada :

Hari Tanggal : Rabu, 11 Februari 2026

Waktu : Pkl. 08.00 WIB S/d Selesai

Tempat : Kp. Rawahingkik RT 001/017 Desa Cileungsi Kec. Cileungsi-Bogor

Demikian surat ini kami sampaikan, atas segala perhatian dan kerjasamanya kami haturkan banyak terima kasih.

Wassalamualikum, Wr Wb

Dewan Pembina Yayasan

KH. Asep Saepudin, S.Ag MM



Ketua Yayasan

H. M. Abdul Adzim Azzarqoie, S.Sn



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AL-ISTI'AANAH

AKTA NOTARIS No. : 10/11/VIII/2011

Gg. Pandai RT. 01/17 Cileungsi, Bogor, Jawa Barat Telp./Fax. (021) 8233663 HP. 0813 11016276

Nomor : 42.1/015/YPI/YAPA/II/2026
Lamp : -
Perihal : Ucapan Terima Kasih

Cileungsi, 11 Februari 2026

Kepada Yth,

Pim. Universitas IPWIJA

Cc : LP2M

di-

T e m p a t

Assalamualikum, Wr Wb

Bersama ini, kami ucapkan banyak terima kasih tak terhingga kepada :

1. H. Tb. Irwan Kurniawan, S.Kom, M.M.

2. Dr. Taufik, S.E., M.M

Sebagai Dosen Universitas IPWIJA atas kerjasamanya yang telah berkenan menjadi Narasumber dalam Kegiatan Pemanfaatan Digital marketing dalam perspektif Social Entrepreneur yang telah dilaksanakan pada:

Hari Tanggal : Rabu, 11 Februari 2026

Waktu : Pkl. 08.00 WIB S/d Selesai

Tempat : Kp. Rawahingkik RT 001/017 Desa Cileungsi Kec. Cileungsi-Bogor

Demikian surat ini kami sampaikan, atas segala perhatian dan kerjasamanya kami haturkan banyak terima kasih.

Wassalamualikum, Wr Wb

Dewan Pembina Yayasan

KH. Asep Saepudin, S.Ag MM



Ketua Yayasan

H. M. Abdul Adzim Azzarqoie, S.Sn



PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM PERSPEKTIF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP



H. Tb. Irwan Kurniawan, S.Kom., M.M

Dr. Taufik, S.E., M.M.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Universitas IPWIJA

2026

PENDAHULUAN

- Perkembangan teknologi digital
- Transformasi perilaku konsumen
- Tantangan sosial dan ekonomi
- Peran social entrepreneurship



DIGITALIZATION

RELEVANSI BAGI INDONESIA

- Bonus demografi
- Tingginya pengguna internet
- Potensi ekonomi sosial



APA ITU **DIGITAL MARKETING**?

- Strategi pemasaran berbasis digital
- Menggunakan internet & teknologi
- Media sosial, website, marketplace
- Data-driven marketing





KOMPONEN DIGITAL MARKETING

- Social Media Marketing
- Content Marketing
- Search Engine Optimization (SEO)
- Email Marketing
- Digital Advertising

APA ITU SOCIAL ENTREPRENEURSHIP?

- Kewirausahaan berbasis misi sosial
- Mengatasi masalah sosial
- Menciptakan dampak berkelanjutan
- Model bisnis inovatif

KARAKTERISTIK SOCIAL ENTREPRENEUR

- Berorientasi dampak sosial
- Berbasis komunitas
- Inovatif & adaptif
- Berkelanjutan secara finansial

HUBUNGAN DIGITAL MARKETING & SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

- Memperluas jangkauan dampak
- Meningkatkan awareness sosial
- Efisiensi biaya promosi
- Transparansi & akuntabilitas

PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DIGITAL

- • Konsumen berbasis nilai (value-driven)
- • Mendukung brand berdampak sosial
- • Mengandalkan review & media sosial

STRATEGI BRANDING SOSIAL

- Storytelling dampak sosial
- Identitas brand yang kuat
- Komunikasi empatik

PERAN MEDIA SOSIAL

- ☐ Edukasi publik
- ☐ Kampanye sosial
- ☐ Crowdfunding
- ☐ Engagement komunitas

CONTENT MARKETING BERBASIS NILAI

- Konten edukatif
- Video inspiratif
- Testimoni penerima manfaat
- Infografis dampak

SEO UNTUK SOCIAL ENTERPRISE

- • Optimasi kata kunci sosial
- • Artikel berbasis solusi
- • Visibilitas di mesin pencari

EMAIL MARKETING UNTUK KOMUNITAS

- ❖ Newsletter dampak sosial
- ❖ Update program
- ❖ Donasi & kolaborasi

DIGITAL ADVERTISING BERETIKA

- Transparansi penggunaan dana
- Targeting yang relevan
- Tidak manipulatif

MARKETPLACE & E-COMMERCE SOSIAL

- Produk berbasis komunitas
- UMKM & pemberdayaan lokal
- Sistem pre-order sosial

CROWDFUNDING DIGITAL

- Platform donasi online
- Kampanye berbasis cerita
- Transparansi pelaporan

DATA ANALYTICS UNTUK DAMPAK SOSIAL

- Mengukur engagement
- Analisis perilaku donor
- Evaluasi efektivitas program

MODEL BISNIS DIGITAL SOCIAL ENTERPRISE

- B2C sosial
- B2B berbasis dampak
- Hybrid model

STUDI KASUS (CONTOH UMUM)

- Brand lokal berbasis pemberdayaan
- Kampanye viral sosial
- UMKM digital berdampak

MANFAAT DIGITAL MARKETING BAGI SOCIAL ENTERPRISE

- Efisiensi biaya
- Jangkauan luas
- Skalabilitas
- Reputasi meningkat

TANTANGAN YANG DIHADAPI

- Persaingan konten
- Algoritma media sosial
- Keterbatasan SDM digital

ETIKA DALAM DIGITAL MARKETING SOSIAL

- Kejujuran narasi
- Tidak eksploitasi kemiskinan
- Privasi data

KEBERLANJUTAN (SUSTAINABILITY)

- Model pendapatan berkelanjutan
- Dampak jangka panjang
- Kolaborasi multi pihak

KOLABORASI & KEMITRAAN DIGITAL

- Influencer sosial
- CSR perusahaan
- Komunitas online

PERAN GENERASI MUDA

- • Digital native
- • Agent of change
- • Inovasi sosial digital

STRATEGI IMPLEMENTASI BERTAHAP

- Analisis kebutuhan sosial
- Perencanaan konten
- Eksekusi & monitoring
- Evaluasi berkala

INDIKATOR KEBERHASILAN

- Growth audience
- Engagement rate
- Conversion sosial
- Social impact metric

TRANSFORMASI UMKM BERBASIS SOCIAL DIGITAL ENTERPRISE

- Digitalisasi produk lokal
- Storytelling komunitas
- Akses pasar lebih luas

KESIMPULAN

- • Digital marketing memperluas dampak sosial
- • Social entrepreneurship membutuhkan strategi digital
- • Sinergi teknologi & nilai kemanusiaan

The background is a solid blue gradient. In the four corners, there are decorative white line art elements resembling electronic circuit traces or a stylized tree structure, with small circles at the end of the lines.

TERIMA KASIH