



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
TAHUN 2025

ELFAN HIDAYAT

EKONOMI MANAJERIAL

(Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer)

(Buku)



Editor:
Dr. Desi Isnaini, M.A
Citra Liza, M.Si

EKONOMI MANAJERIAL

(Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer)

BUKU



TUGAS AKHIR

Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

**ELFAN HIDAYAT
NIM 2011140063**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
TAHUN 2026 M/1447 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Raden Fatah Pagar Dawa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171-51276. Faksimili: (0736) 51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul **“Ekonomi Manajerial (Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer)”** yang disusun oleh:

Nama : Elfan Hidayat

NIM : 2011140063

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Buku

Buku : Ekonomi Manajerial (Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer).

Nama Penerbit : CV. Brimedia Global

Tempat Penerbit : Bengkulu

ISBN : 978-634-7336-08-8

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 08 Desember 2025

1447 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Desi Isnaini, M.A

NIP. 197412022006042001

Citra Liza, M. Si

NIP. 198710252020122006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Yenti Sumarni, SE, MM

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Raden Fatah Pagar Dawa Kota Bengkulu 38211
Telp. (0736) 511126 Fax. (0736) 511127
BALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul “Ekonomi Manajerial (Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer)” yang disusun oleh:

Nama : Elfan Hidayat

NIM : 2011140063

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Buku

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 November 2025

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, Januari 2026 M

Rajab 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Eka Sri Wahyuni, MM

Citra Liza, M. Si

NIP. 197705092008012014

NIP. 198710252020122006

Penguji I

Penguji II

Eka Sri Wahyuni, MM

Nurrahmah Putry, M. Ak

NIP. 197705092008012014

NIP. 198609112020122004

Mengetahui,

Dekan

Prof. Dr. H. Supardi, M. Ag

NIP. 196504101993031007



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan isi saya menyatakan:

1. Buku dengan judul “Ekonomi Manajerial (Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang Bagi Marketer”.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2026
Mahasiswa Yang Menyatakan



Elfan Hidayat
NIM. 201114063

HALAMAN MOTTO

“Gagal Hanya Terjadi Jika Kita Menyerah”

(B. J. Habibie)

“janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin”

(Q. S. Ali Imran: 139)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobbil 'aalamiin*, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan lancar. Meskipun jauh dari kata sempurna, penulis bangga telah mencapai titik ini, di mana buku ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat tak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Beserta para sahabatnya, *Allahumma sholli 'aala Muhammad, wa 'ala aali Muhammad*, semoga dengan bersholawat kita mendapat syafaatnya di Akhirat kelak.

Buku ini penulis persembahkan untuk:

1. Untuk pahlawanku Ayah Fauzitar, penulis berterima kasih atas perjuangan dan pengorbanannya, Ayah memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan. Namun, beliau bekerja keras memenuhi apa yang saya inginkan, memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan masa program studi ini sampai selesa.
2. Untuk pintu surgaku, bidadari tak bersayapku Ibu Nurjanah terima kasih telah melahirkanku dan merawatku seorang diri dari kecil hingga sebesar sekarang. Terima kasih atas pengorbanannya. Terima kasih telah menjadi tempat mengeluh dan selalu menasehati penulis. Terima kasih atas dukungan tulus kasih, do'a Penulis berjanji untuk tidak menyia-nyiaikan semua itu.
3. Kakak laki-lakiku dan istri, Alhafiz Hidayat dan Vera Dwi Putri Terima kasih karena selalu memberikan dukungan baik itu moril maupun material. Terima kasih selalu mendoakan saya sehingga buku ini bisa terselesaikan.

4. Kakak perempuanku dan suami, Khilda Wahyuni dan Bongga Oktariansyah yang telah mendukungku dan yang selalu mengkhawatirkan adik laki-lakinya apapun keadaannya dan selalu memberikan motivasi kepadaku, saya ucapkan terimakasih.
5. Kedua keponakanku, Viola Nur Adilah dan Muhammad Akbar Dziljian yang hadirnya memberikan semangat kepadaku, terimakasih telah lahir kedunia ini.
6. Dosen pembimbing I dan II, yaitu Ibu Dr. Desi Isnaini, dan Ibu Citra Liza, M.Si yang telah membimbing dan membantu penulis menyelesaikan buku ini.
7. Kepada anak kosan pak alimin, terimakasih telah saling tolong menolong selama ini dan menghadirkan tawa menjadikan semangat bagi penulis.
8. Kepada warga kelas PBS B, terimakasih kalian memberikan pengalaman yang sangat special dalam hidup penulis.
9. Kepada kakak tingkat yang selalu memberikan arahan dan pertolongan ketika saya terbentur dan menjadi teman yang sangat berharga, Toma Sandiawan Pramajusi dan Aristheo Dwi Luthfi.
10. Kepada seluruh teman-teman satu perjuangan zondra wanto, jamesfi polantro, jakson wirade, deko HD musca. Semoga sukses untuk kalian terimakasih telah mau berjuang bersama nasehat dan motivasi dari kalian akan selaluku ingat.
11. Kepada penulis Elfan Hidayat. Seseorang yang selalu menjadi *last option* dan yang sering lupa bahwasannya dirinya juga perlu di apresiasi dan di ucapkan termakasih. Terimakasih atas diriku sendiri yang telah melewati semuanya walaupun dengan keluhan dan lelah. Yakinkanlah semakin kau belajar semakin maju langkahmu ketujuan!.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan banyak bantuan baik moral atau materil. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan *Aamiin*. Skripsi ini menjadi wujud rasa syukur, penghormatan, dan cinta kepada semua pihak yang telah berperan dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Segala pencapaian ini bukanlah menjadi akhir dari perjuangan melainkan awal dari langkah baru menuju harapan yang lebih besar. Semoga karya ini dapat membawa manfaat dan menjadi inspirasi bagi siapapun yang membacanya.



ABSRTRAK

Ekonomi Manajerial (Perilaku Konsumen dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Marketer)

Oleh: Elfan Hidayat, NIM. 2011140063

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan terhadap dinamika ekonomi global, khususnya dalam bidang manajemen dan pemasaran. Transformasi digital mengubah cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan konsumen, serta mengambil keputusan strategis dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, ekonomi manajerial memiliki peran penting sebagai disiplin ilmu yang mengintegrasikan teori ekonomi dengan praktik manajerial guna membantu pengambilan keputusan yang rasional, efisien, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Buku ini mengkaji secara komprehensif konsep ekonomi manajerial serta penerapannya dalam memahami perilaku konsumen di era digital. Pembahasan mencakup pengertian dan tujuan ekonomi manajerial, dasar hukum ekonomi nasional dan Islam, analisis perilaku konsumen, perubahan perilaku di era digitalisasi, komunikasi pemasaran digital, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pemasar (marketer). Melalui pendekatan teoritis dan praktis, buku ini menyoroti bagaimana perkembangan teknologi, media sosial, dan digital marketing telah membentuk perilaku konsumen modern yang lebih kritis, mandiri, dan berbasis data. Selain itu, buku ini juga menekankan pentingnya nilai-nilai etika dan prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi dan pemasaran digital, termasuk aspek keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dengan menggabungkan perspektif ekonomi konvensional dan Islam, buku ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmiah yang relevan bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi bisnis dalam memahami strategi ekonomi manajerial serta perilaku konsumen di era digital.

Kata Kunci: Ekonomi Manajerial, Perilaku Konsumen, Era Digital, Pemasaran Digital, Syariah Islam

ABSTRACT

Managerial Economics (Consumer Behavior In The Digital Era: Challenges And Opportunities For Marketers)

By: Elfan Hidayat, Student ID Number 2011140063

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed the global economic landscape, particularly in the fields of management and marketing. Digital transformation has reshaped how companies operate, interact with consumers, and make strategic decisions amid increasingly competitive market conditions. In this context, managerial economics plays a crucial role as a discipline that integrates economic theory with managerial practice to support rational, efficient, and adaptive decision-making in a dynamic business environment. This book provides a comprehensive study of managerial economics and its application in understanding consumer behavior in the digital era. It discusses the fundamental concepts and objectives of managerial economics, the legal foundations of economics from both national and Islamic perspectives, consumer behavior analysis, the evolution of digital consumer behavior, digital marketing communication, as well as the challenges and opportunities faced by modern marketers. Through both theoretical and practical approaches, the book highlights how technological developments, social media, and digital marketing have shaped modern consumers to become more critical, independent, and data-driven. Furthermore, this book emphasizes the importance of ethics and Islamic values in economic and digital marketing activities, including justice, honesty, transparency, and social responsibility. By integrating conventional and Islamic economic perspectives, this work aims to provide relevant insights for students, academics, and business practitioners in understanding managerial economic strategies and consumer behavior in the digital age.

Keywords: *Managerial Economics, Consumer Behavior, Digital Era, Digital Marketing, Islamic Economics*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berbentuk buku yang berjudul “Manajemen keuangan syariah”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusun Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses menyusun skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.
2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.
3. Dr. Desi Isnaini, M.A selaku Pembimbing I yang dengan tekun serta ikhlas membimbing dan memberikan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Citra Liza, M.Si Selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Kedua orang tuaku Bapak Fauzitar dan Ibu Nurjanah yang selalu memberikan ilmu tentang apa arti dari hidup dan menjadi insan yang berguna bagi Agama, Bangsa, dan Tanah Air.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi.

Dalam penulisan ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, Februari 2026
Safar 1446 H

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penulisan	4
D. Kegunaan Penulisan	4
E. Metode Penulisan	5
BAB II EKONOMI MANAJERIAL	
A. Pengertian Ekonomi Manajerial	7
B. Dasar Hukum Ekonomi	9
C. Dasar Hukum Ekonomi Dalam Islam	11
D. Tujuan Ekonomi Manajerial	17
E. Konsep Manajemen Bisnis Dan Sistem Industri	21
F. Pertanyaan Dan Diskusi Kelompok	22
BAB III PERILAKU KONSUMEN	
A. Pengertian Perilaku Konsumen	23
B. Jenis-Jenis Perilaku Konsumen	26
C. Pentingnya Perilaku Konsumen	28
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
E. Pertanyaan Dan Diskusi Kelompok	36
BAB IV PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL	
A. Perubahan Perilaku Konsumen Di Era Digitalisasi	40
B. Tren Konsumsi Informasi Dan Media	43
C. Analisis Kebutuhan Dan Preferensi Konsumen Digital	47
D. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pembelian	52
E. Pertanyaan Dan Diskusi	58
BAB V KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL	
A. Komunikasi Pemasaran	59
B. Ekosistem Media Digital Marketing	64
C. Kategori Media Digital	66

D. Strategi Pemasaran Digital	71
E. Pertanyaan Dan Diskusi	82
BAB VI TANTANGAN DAN PELUANG BAGI MARKETER	
A. Menghadapi Tantangan Keamanan Data Dan Privasi.....	83
B. Peluang Inovasi Dalam Pemasaran Digital.....	88
C. Persaingan Di Era Digitalisasi	91
D. Membangun Strategi Pemasaran Yang Fleksibel Dan Adaptif. ...	98
E. Pertanyaan Dan Diskusi	102
BAB VII PENUTUP	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	7
Gambar 1.2	23
Gambar 1.3	28
Gambar 1.4	30
Gambar 1.5	37
Gambar 1.6	43
Gambar 1.7	47
Gambar 1.8	52
Gambar 1.9	67
Gambar 1.10	68
Gambar 1.11	69
Gambar 1.12	70
Gambar 1.13	71
Gambar 1.14	72
Gambar 1.15	75
Gambar 1.16	83
Gambar 1.17	85
Gambar 1.18	88
Gambar 1.19	92

