

Implementasi manajemen diri pada pedagang sate madura bu maryati di Kota Malang

Diah Ayu Afifah¹, Iffat Maimunah²

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: afifahdiah600@gmail.com¹, iffatmaimunah@uin-malang.ac.id²

Kata Kunci:

Manajemen Diri, UMKM, Ekonomi Islam, Keberlanjutan Usaha, Digitalisasi.

Keywords:

Self-Management, MSMEs, Islamic Economics, Business Sustainability, Digitalization.

ABSTRAK

Manajemen diri (*self-management*) meliputi kemampuan mengelola waktu, emosi, keuangan, dan etika usaha yang berperan penting dalam keberlangsungan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik manajemen diri pada usaha Sate Madura Bu Maryati di Kota Malang, mengaitkannya dengan prinsip ekonomi Islam, serta memberikan rekomendasi bagi peningkatan keberlanjutan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sederhana. Analisis data dilakukan secara tematik meliputi pengelolaan waktu, pengendalian emosi, manajemen keuangan, etika usaha, dan digitalisasi. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Bu Maryati telah menerapkan manajemen diri dalam pengaturan waktu produksi, pengendalian emosi dalam pelayanan, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta penerapan nilai kejujuran dan amanah. Namun, pemanfaatan digitalisasi dalam pemasaran masih terbatas dan menjadi tantangan pengembangan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen diri berbasis nilai ekonomi Islam berperan penting dalam menjaga keberlanjutan UMKM, namun perlu didukung dengan penguatan literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital.

ABSTRACT

Self-management encompasses the ability to manage time, emotions, finances, and business ethics, which play a crucial role in the sustainability of MSMEs. This study aims to examine self-management practices at Bu Maryati's Madura Satay business in Malang City, studying them in light of Islamic economic principles, and providing recommendations for improving business performance. The study employed a qualitative descriptive approach through interviews, observation, and simple documentation. Thematic data analysis covered time management, emotional control, financial management, business ethics, and digitalization. The results indicate that Bu Maryati has implemented self-management in managing production time, controlling emotions in service, separating business and personal finances, and implementing the values of honesty and trustworthiness. However, the use of digitalization in marketing remains limited and poses a challenge to business development. This study concludes that self-management based on Islamic economic values plays a crucial role in maintaining the sustainability of MSMEs, but needs to be supported by strengthening financial literacy and utilizing digital technology.

Pendahuluan

Manajemen diri (*self-management*) merupakan kemampuan individu dalam mengatur waktu, emosi, motivasi, serta kebiasaan kerja yang berperan penting dalam menentukan performa pelaku usaha mikro dan kecil. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa self-management berkontribusi secara signifikan terhadap kesejahteraan finansial pemilik usaha serta ketahanan bisnis di masa krisis (Kamaliah et



al., 2023). Dalam konteks ekonomi Islam, prinsip-prinsip seperti amanah, kejujuran, dan kesabaran mendukung praktik usaha yang beretika serta berkelanjutan. Selain itu, peran literasi keuangan syariah dan sikap *Muslimpreneur* turut meningkatkan daya tahan UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi (Srisusilawati et al., 2021). Usaha Sate Madura Bu Maryati yang berlokasi di depan kost-kostan, Kota Malang, dipilih sebagai studi kasus karena memiliki skala usaha mikro dengan pengelolaan yang sederhana serta interaksi yang intens dengan konsumen. Kondisi tersebut menjadi konteks yang ideal untuk melihat bagaimana manajemen diri diaplikasikan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Tujuan Penelitian ini antara lain:

- 1) mendeskripsikan praktik manajemen diri pada usaha Sate Madura Bu Maryati;
- 2) mengaitkan praktik tersebut dengan prinsip ekonomi Islam; serta
- 3) memberikan rekomendasi praktis untuk peningkatan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha (Bu Maryati), observasi aktivitas berjualan, serta dokumentasi sederhana berupa catatan harian keuntungan dan jadwal produksi. Data dianalisis secara tematik yang meliputi pengelolaan waktu, pengendalian emosi, pengelolaan keuangan, dan etika usaha.

Pembahasan

Manajemen Waktu sebagai Fondasi Keberlangsungan Usaha UMKM

Manajemen waktu merupakan salah satu aspek utama dalam manajemen diri yang sangat menentukan efektivitas kerja dan keberlangsungan usaha, khususnya pada sektor UMKM yang mengandalkan tenaga dan aktivitas produksi harian secara mandiri. Pengelolaan waktu yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengatur alur produksi, menjaga kualitas pelayanan, serta mencegah kelelahan kerja yang berlebihan. Berdasarkan hasil wawancara, Bu Maryati telah menerapkan pengelolaan waktu secara konsisten dalam aktivitas usahanya. Hal tersebut tercermin dari pernyataan berikut: “Biasanya saya belanja dulu pagi-pagi buat stok. Siangnya potong ayam sekalian ditusuk-tusuk. Jadi sore sampai jam sepuluh malam tinggal fokus jualan Mbak.” Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perencanaan kerja (planning) dan pengaturan waktu produksi yang baik. Dalam kajian manajemen, manajemen waktu merupakan bagian utama dari self-management karena berpengaruh langsung terhadap efektivitas kerja, kestabilan produksi, serta ketepatan pelayanan kepada konsumen (Goldsby et al., 2021).

Hasil temuan ini juga sejalan dengan penelitian Munawaroh (2025) yang menyatakan bahwa konsistensi jam operasional dan perencanaan produksi berpengaruh signifikan terhadap stabilitas omzet UMKM. Dengan demikian, kebiasaan Bu Maryati dalam menyiapkan bahan sejak siang hari tidak hanya mencerminkan kedisiplinan personal, tetapi juga berfungsi sebagai strategi informal dalam menjaga keberlangsungan usaha. Perencanaan waktu yang baik memungkinkan proses produksi berjalan lebih efisien, pelayanan menjadi lebih optimal, serta membantu menjaga kestabilan pendapatan usaha dalam jangka panjang.

Pengendalian Emosi dalam Pelayanan sebagai Modal Sosial Usaha

Pengendalian emosi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen diri yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan dan keberlangsungan usaha, khususnya pada sektor UMKM yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Kemampuan pelaku usaha dalam mengelola emosi akan menentukan bagaimana ia merespons berbagai karakter pelanggan serta situasi tekanan dalam aktivitas jual beli sehari-hari. Dalam aktivitas sehari-hari, Bu Maryati juga menunjukkan kemampuan mengelola emosi saat melayani pelanggan. Hal ini terlihat dari pernyataannya: “Kadang ada pembeli yang cerewet, ada yang buru-buru, tapi ya harus tetap sabar, Mbak. Namanya juga cari rezeki.” Pernyataan tersebut mencerminkan adanya self-control dalam manajemen diri, khususnya dalam menghadapi situasi pelayanan yang berpotensi menimbulkan stres emosional. Kemampuan mengendalikan emosi bukan hanya berdampak pada kenyamanan pribadi pelaku usaha, tetapi juga pada kualitas interaksi dengan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Mpaata (2021) yang menjelaskan bahwa pengendalian diri (self-control) memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan finansial serta stabilitas usaha kecil, karena individu yang mampu mengendalikan emosi cenderung lebih rasional, tidak reaktif, dan mampu menjaga konsistensi dalam menjalankan usahanya. Selain itu, temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Sarif (2023) yang menyatakan bahwa sikap ramah, sabar, dan komunikatif dalam pelayanan merupakan faktor utama terbentuknya loyalitas pelanggan UMKM, karena pelanggan cenderung kembali bertransaksi pada usaha yang memberikan pengalaman pelayanan yang positif.

Manajemen Keuangan Sederhana sebagai Bentuk Literasi Finansial UMKM

Manajemen keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan usaha UMKM. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengatur arus kas, mengendalikan pengeluaran, serta menyiapkan modal untuk pengembangan usaha. Salah satu bentuk paling dasar dari manajemen keuangan adalah pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Bu Maryati juga telah menerapkan pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataannya: “Uang hasil jualan saya pisahkan, Mbak. Sebagian untuk belanja modal lagi, sebagian untuk kebutuhan rumah, biar enggak habis semua.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Bu Maryati telah memiliki kesadaran literasi keuangan dasar, khususnya dalam memisahkan kas usaha dan kas rumah tangga. Pemisahan ini penting agar pelaku UMKM dapat mengetahui secara jelas besaran keuntungan usaha serta menghindari penggunaan modal usaha untuk kebutuhan konsumtif pribadi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawati (2025) yang menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap ketahanan usaha UMKM, karena pelaku usaha yang memahami pengelolaan keuangan cenderung mampu menjaga stabilitas modal dan mengantisipasi risiko kerugian.

Sejalan dengan temuan tersebut, Hariyono (2025) menjelaskan bahwa UMKM yang tidak memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi cenderung mengalami kebocoran keuangan, kesulitan mengontrol arus kas, serta terhambat dalam

pengembangan modal usaha. Dengan demikian, meskipun pencatatan keuangan Bu Maryati masih bersifat tradisional dan belum terdokumentasi secara sistematis, praktik pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi yang telah diterapkan menunjukkan bahwa Bu Maryati telah berada pada jalur manajemen keuangan yang benar. Praktik ini menjadi modal penting bagi keberlangsungan usaha serta peluang pengembangan usaha di masa yang akan datang.

Nilai Kejujuran dan Amanah sebagai Fondasi Ekonomi Islam

Dalam menjalankan aktivitas usahanya sehari-hari, Bu Maryati menempatkan nilai kejujuran sebagai prinsip utama yang tidak dapat ditawar. Hal tersebut tercermin dari pernyataannya: "Mbak, saya takut kalau mengurangi porsi atau pakai bahan yang kurang bagus itu rezekinya jadi enggak berkah. Jadi, mending jual sate dengan takaran yang pas, biar untungnya juga diridhoi Allah." Pernyataan ini menunjukkan bahwa Bu Maryati tidak hanya memandang usaha sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan pertanggungjawaban moral di hadapan Allah SWT. Dalam perspektif ekonomi Islam, kejujuran (*shiddiq*), amanah, serta tanggung jawab merupakan pilar utama dalam setiap aktivitas muamalah. Mundir & Yudharta (2023) menjelaskan bahwa etika bisnis Islam bertumpu pada nilai-nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial, yang berfungsi menjaga keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat.

Nilai amanah yang dijalankan Bu Maryati juga tercermin dalam cara beliau melayani pelanggan, menjaga kualitas bahan, serta tidak mengurangi takaran. Sikap ini sejalan dengan temuan Saputro (2025) yang menyatakan bahwa penerapan nilai religius dalam aktivitas usaha secara nyata mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, serta menjaga keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang. Kepercayaan konsumen yang tumbuh dari kejujuran inilah yang menjadi modal sosial paling penting bagi pelaku usaha kecil. Dalam konteks yang lebih luas, praktik bisnis yang berlandaskan nilai syariah tidak hanya berdampak pada hubungan penjual dan pembeli, tetapi juga membentuk sistem ekonomi yang lebih adil. Najwa & Syarif (2025) menjelaskan bahwa ekonomi syariah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkeadilan, beretika, serta berorientasi pada keberlanjutan sosial dan spiritual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik usaha yang dijalankan Bu Maryati tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga berlandaskan nilai spiritual yang kuat. Kejujuran dan amanah yang beliau terapkan menjadi fondasi utama dalam menjaga keberkahan usaha, menumbuhkan kepercayaan pelanggan, serta memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Hal ini menegaskan bahwa nilai-nilai ekonomi Islam tidak bersifat normatif semata, tetapi nyata dan aplikatif dalam kehidupan pelaku UMKM di lapangan. **Keterbatasan Digitalisasi sebagai Tantangan Pengembangan Usaha**

Pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM di era ekonomi modern. Digitalisasi membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi promosi, serta memudahkan akses konsumen terhadap produk. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan platform digital, baik melalui media sosial maupun aplikasi layanan pesan-antar berbasis daring. Kondisi

tersebut juga tercermin dari hasil wawancara dengan Bu Maryati yang menyatakan: "Belum pernah daftar ke GoFood atau GrabFood, jadi masih jualan langsung aja di sini mbak." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan masih bergantung pada pemasaran offline dan belum memanfaatkan ekosistem digital berbasis aplikasi secara optimal. Padahal, laporan INDEF (2024) menegaskan bahwa platform digital mampu meningkatkan omzet UMKM hingga 30–50% melalui perluasan jangkauan pasar dan kemudahan akses konsumen terhadap produk UMKM. Sejalan dengan temuan tersebut, Faizal (2024) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM merupakan strategi adaptif yang penting untuk mempertahankan daya saing usaha di tengah perubahan perilaku konsumen dan persaingan ekonomi modern.

Selain itu, Irianto (2023) menjelaskan bahwa media sosial dan platform digital merupakan sarana promosi yang paling mudah, murah, dan efektif bagi UMKM karena mampu menjangkau konsumen lintas wilayah dengan biaya yang relatif rendah. Dengan demikian, keterbatasan pemanfaatan digitalisasi dalam usaha Bu Maryati menjadi tantangan utama dalam pengembangan usaha ke depan. Ketergantungan pada sistem penjualan langsung dan belum terdaftar pada layanan pesan-antar daring berpotensi membatasi perluasan pasar serta pertumbuhan omzet. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan edukasi digital bagi pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi manajemen diri pada pedagang Sate Madura Bu Maryati di Kota Malang, dapat disimpulkan bahwa Bu Maryati telah menerapkan manajemen diri dalam menjalankan usahanya cukup baik, meskipun masih dalam bentuk yang sederhana dan tradisional. Penerapan manajemen diri tersebut tercermin dalam lima aspek utama, yaitu manajemen waktu, pengendalian emosi, manajemen keuangan, nilai kejujuran dan amanah, serta pemanfaatan teknologi digital. Dalam aspek manajemen waktu, Bu Maryati menunjukkan kedisiplinan melalui perencanaan produksi yang teratur, mulai dari belanja, proses persiapan, hingga waktu berjualan, sehingga mampu menjaga kelancaran produksi dan kestabilan usaha. Pada aspek pengendalian emosi, sikap sabar dan ramah dalam melayani pelanggan menjadi modal sosial yang penting dalam membangun hubungan baik dan loyalitas konsumen. Selanjutnya, dalam aspek manajemen keuangan, Bu Maryati telah menerapkan pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga sebagai bentuk literasi keuangan dasar yang mendukung keberlangsungan usaha. Pada aspek nilai kejujuran dan amanah, usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga dilandasi nilai spiritual dan etika bisnis Islam yang kuat, sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan menjaga keberkahan usaha.

Namun demikian, dalam aspek digitalisasi, usaha Bu Maryati masih menghadapi keterbatasan karena belum memanfaatkan media sosial dan platform layanan pesan-antar daring secara optimal. Kondisi ini menjadi tantangan utama dalam pengembangan

usaha ke arah yang lebih luas dan modern.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar Bu Maryati dan pelaku UMKM sejenis mulai mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial dan pendaftaran pada platform layanan pesan-antar daring untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pencatatan keuangan juga perlu dilakukan secara lebih sistematis agar arus kas usaha dapat terkontrol dengan baik. Pemerintah dan lembaga pendamping UMKM diharapkan dapat memberikan pelatihan serta pendampingan secara berkelanjutan terkait literasi keuangan, manajemen usaha, dan digitalisasi umkm.

Daftar Pustaka

- Faizal, A. N. (2024). Dampak digitalisasi terhadap ekonomi bisnis. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 2, Issue 8). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Goldsby, M., Bishop, J., Goldsby, E., Neck, C. B., & Neck, C. P. (2021). The impact of self-management practices on entrepreneurial psychological states. *Administrative Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/admsci11010012>
- Hariyono, B. P. (2025). Penerapan manajemen risiko untuk meminimalisir kerugian dalam usaha kecil dan menengah. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2024). PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA.
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Izzatil Najwa, & Dafiari Syarif. (2025). Peran Ekonomi Syariah Terhadap UMKM di Indonesia. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.69768/ji.v4i2.84>
- Kamaliah, Anurrafiq, Badriyah, N., & Seti, S. (2023). Self management and entrepreneurial mindset to support the MSMEs owner's financial well-being. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2290724>
- Mpaata, E., Koske, N., & Saina, E. (2021). Does self-control moderate financial literacy and savings behavior relationship? A case of micro and small enterprise owners. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02176-7>
- Munawaroh, H. (2025). Analisis UMKM ayam panggang Bu Romlah. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>

- Mundir, A., & Yudharta Pasuruan, U. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Kecil dan Menengah Mikro (UMKM) di Kabupaten Pasuruan. 2(2), 154–165. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb>
- Saputro, R. E. (2025). Implementasi penggunaan QRIS sebagai Media pembayaran elektronik bagi UMKM di Kota Kediri dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi di era digitalisasi. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 1, Issue 1). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Setiawati, S., Gursida, H., & Indrayono, Y. (2025). Financial Literacy Model for MSMEs as a Financial Performance Measurement Tool (Case Study of MSMEs in Bogor, Depok, and Kuningan). *Journal of World Science*, 4(2), 247–255. <https://doi.org/10.58344/jws.v4i2.1303>
- Srisusilawati, P., Malik, Z. A., Silviany, I. Y., & Eprianti, N. (2021). The roles of self efficacy and sharia financial literacy to SMES performance: business model as intermediate variable. *F1000Research*, 10, 1310. <https://doi.org/10.12688/f1000research.76001.1>