Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research
Vol. 5, No. 2 (2026), 43-56
e-ISSN: 2986-7657 | DOI: 10.35719/psychospiritual.v5i2.412

Pemaknaan Stres dan Strategi Coping Pelaku UMKM dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Konsumen

Richa Salma Nuril Adzfaroh[1*], Robi'atur Rohmah[2], Rasela Ihsa Pramita Sufa'at[3]
[1, 2] Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia
[3] Universitas Tujuh Belas Agustus, Surabaya, Indonesia
*Corresponding Author: richasalma24@gmail.com

Keywords
coping strategies; meaning-making; MSMEs; religiosity; stress

Abstract
This study aims to explore the meaning of stress experiences and coping strategies among Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) owners in maintaining service quality for consumers. MSME owners often face psychological pressures arising from customer demands, operational challenges, and limited business resources. This research employed a qualitative approach using Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Five MSME owners were selected through purposive sampling based on their experience in dealing with consumer-related pressures. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using IPA procedures. The findings revealed three main themes: forms of stress in consumer service, coping strategies in dealing with business-related stress, and the impact of coping on service quality and business sustainability. Participants experienced stress due to customer complaints, unmet expectations, and operational constraints. To manage these pressures, they utilized meaning-focused and religious coping, problem-focused coping, and emotion-focused coping. The findings further indicate that stress was not merely perceived as a business challenge but also as a personal and spiritual experience. Religiosity functioned as a source of meaning that helped participants maintain hope, while adaptive coping may supported professionalism, customer trust, and business continuity. This study highlights that coping among MSME owners represents not only a stress-management mechanism but also a meaning-making process shaped by personal identity, spiritual values, and business experiences.

Kata Kunci
coping; pemaknaan pengalaman; religiusitas; stres; UMKM

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna pengalaman stres dan strategi coping pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjaga kualitas pelayanan konsumen. Pelaku UMKM menghadapi berbagai tekanan psikologis yang berasal dari tuntutan pelanggan, kendala operasional, serta keterbatasan sumber daya usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Partisipan penelitian terdiri atas lima pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan pengalaman menghadapi tekanan dalam pelayanan konsumen. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan dianalisis menggunakan tahapan IPA. Hasil penelitian menghasilkan tiga tema utama, yaitu bentuk stres dalam pelayanan konsumen, strategi coping dalam menghadapi stres usaha, serta dampak coping terhadap kualitas pelayanan dan keberlangsungan usaha. Partisipan mengalami stres akibat komplain pelanggan, tuntutan pelayanan, dan kendala teknis-operasional. Untuk menghadapi tekanan tersebut, partisipan menggunakan coping berbasis pemaknaan dan

religiusitas, coping berfokus pada masalah, serta coping berfokus pada emosi. Temuan menunjukkan bahwa stres tidak hanya dimaknai sebagai hambatan usaha, tetapi juga sebagai pengalaman personal dan spiritual. Religiusitas berperan sebagai sumber makna yang membantu mempertahankan harapan, sedangkan coping yang adaptif mungkin mendukung profesionalitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan keberlangsungan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa coping pada pelaku UMKM merupakan proses pemaknaan yang berkaitan dengan identitas diri, nilai spiritual, dan pengalaman menjalankan usaha.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal. Namun, di balik peran tersebut, pelaku UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi dan operasional, tetapi juga kondisi psikologis. Persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan kebutuhan pasar, keterbatasan sumber daya, serta tuntutan untuk mempertahankan kualitas pelayanan dapat menjadi sumber tekanan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya (Ibrahim, 2025). Dalam konteks pelayanan konsumen, tekanan tersebut dapat muncul ketika pelaku usaha menghadapi kritik, keluhan, ketidakpuasan pelanggan, maupun tuntutan untuk memberikan pelayanan secara konsisten di tengah keterbatasan yang dimiliki.

Tekanan yang dialami pelaku UMKM tidak hanya ditentukan oleh kondisi objektif yang dihadapi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu menilai dan memaknai pengalaman tersebut. Lazarus dan Folkman (1984) menjelaskan bahwa stres muncul ketika individu menilai tuntutan lingkungan sebagai sesuatu yang membebani atau melampaui sumber daya yang dimilikinya untuk mengatasi situasi tersebut. Dengan demikian, pengalaman stres tidak semata-mata ditentukan oleh karakteristik suatu peristiwa, tetapi juga oleh proses penilaian kognitif (*cognitive appraisal*) individu terhadap peristiwa tersebut. Dalam konteks UMKM, komplain pelanggan, penurunan penjualan, maupun kendala operasional dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap pelaku usaha, sehingga memunculkan respons emosional dan strategi penyesuaian yang beragam. Pengalaman kewirausahaan sendiri tidak terlepas dari dinamika emosional dan psikologis yang turut memengaruhi kesejahteraan individu dalam menjalankan usaha (Asrianto et al., 2025; Stephan, 2018).

Sejumlah penelitian telah membahas strategi *coping* yang digunakan pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tekanan. Wulandari et al. (2020), misalnya, mengkaji strategi *coping* dalam membantu pelaku UMKM beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Schonfeld dan Mazzola (2015) juga menunjukkan

bahwa individu yang bekerja secara mandiri menghadapi beragam pengalaman stres yang berkaitan dengan karakteristik pekerjaan dan membutuhkan strategi penyesuaian yang berbeda. Sementara itu, Potgieter dan Botha (2022) membahas keterkaitan antara *coping* dan resiliensi psikologis dalam menghadapi tekanan pekerjaan. Dalam konteks religiusitas, Pratiwi dan Kurniawati (2021) menyoroti peran keyakinan keagamaan dalam membantu pelaku usaha mikro menghadapi tekanan ekonomi. Berbagai temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman stres dan strategi *coping* merupakan aspek penting dalam memahami dinamika psikologis individu yang menjalankan usaha.

Meskipun demikian, kajian mengenai stres dan *coping* pada pelaku usaha masih menyisakan ruang untuk memahami pengalaman tersebut dari perspektif subjektif individu. Pembahasan sebelumnya cenderung menempatkan *coping* sebagai strategi adaptasi terhadap tekanan, sementara proses individu dalam memberikan makna terhadap pengalaman stres belum banyak dieksplorasi, khususnya dalam konteks interaksi pelayanan konsumen. Padahal, tekanan yang muncul akibat kritik pelanggan, ketidakpuasan terhadap hasil usaha, maupun keterbatasan operasional tidak selalu dimaknai sebagai persoalan teknis semata. Pengalaman tersebut dapat berkaitan dengan penilaian individu terhadap kemampuan diri, tanggung jawab personal, serta nilai-nilai yang mendasari aktivitas usahanya. Oleh karena itu, penting untuk memahami tidak hanya bentuk tekanan dan respons yang ditampilkan, tetapi juga bagaimana pelaku UMKM menginterpretasikan pengalaman tersebut dalam kehidupan dan aktivitas usahanya.

Kebutuhan untuk memahami pengalaman subjektif tersebut menjadi semakin relevan ketika mempertimbangkan dimensi personal dan spiritual dalam kehidupan pelaku UMKM. Penelitian sebelumnya telah menyoroti keterkaitan antara pengalaman kewirausahaan, kondisi psikologis, dan kesejahteraan individu (Asrianto et al., 2025; Stephan, 2018). Namun, bagaimana nilai-nilai religius digunakan oleh pelaku UMKM untuk memberikan makna terhadap tekanan usaha dan bagaimana pemaknaan tersebut berkaitan dengan strategi *coping* dalam pelayanan konsumen masih perlu ditelaah lebih lanjut. Dalam hal ini, religiusitas tidak hanya dapat dipahami sebagai sumber dukungan emosional, tetapi juga sebagai kerangka pemaknaan yang membantu individu menafsirkan pengalaman sulit, mempertahankan harapan, dan menentukan respons terhadap situasi yang dihadapi. Perspektif fenomenologis memungkinkan pengalaman tersebut dikaji dengan memperhatikan makna subjektif yang dibangun individu berdasarkan konteks kehidupannya (Smith et al., 2009).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk mengeksplorasi pengalaman stres dan strategi *coping* pelaku UMKM dalam konteks pelayanan konsumen.

Berbeda dari kajian yang berfokus pada hubungan antarvariabel atau efektivitas strategi *coping*, penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana pelaku UMKM mengalami, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap tekanan yang dihadapi, serta bagaimana proses pemaknaan tersebut tercermin dalam strategi *coping* yang mereka gunakan. Secara khusus, penelitian ini juga mengeksplorasi peran religiusitas sebagai salah satu sumber pemaknaan dalam menghadapi tekanan usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian psikologi, khususnya mengenai pengalaman stres, pemaknaan, religiusitas, dan strategi *coping* dalam kehidupan pelaku UMKM. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami makna pengalaman stres dan strategi *coping* pelaku UMKM dalam menjaga kualitas pelayanan konsumen melalui pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA).

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk mengeksplorasi dan menginterpretasikan pengalaman subjektif pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi stres saat memberikan pelayanan kepada konsumen. Pendekatan ini dipilih karena fenomena stres psikologis yang dialami pelaku usaha bersifat personal, kompleks, serta sarat akan dimensi emosional dan kontekstual yang tidak dapat direduksi secara kuantitatif. Selaras dengan penegasan Smith, Flowers, dan Larkin (2009), fokus utama IPA adalah memeriksa secara mendalam bagaimana individu melakukan proses *sense-making* atau pemaknaan terhadap *lived experience* (pengalaman hidup riil) mereka. Guna memperoleh data yang kaya dan relevan, penelitian ini melibatkan lima orang pelaku UMKM yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Adapun kriteria homogenitas partisipan meliputi: aktif menjalankan usaha minimal satu tahun, terlibat langsung dalam operasional pelayanan, memiliki riwayat tekanan atau stres saat menghadapi pelanggan, serta berkomitmen penuh dalam proses wawancara.

Proses pengumpulan data difasilitasi melalui wawancara semi-terstruktur berdurasi 15-20 menit per sesi, baik secara tatap muka langsung maupun daring via Google Meet. Teknik ini memberikan ruang fleksibilitas bagi peneliti untuk menggali narasi bebas, dinamika perasaan, dan refleksi personal partisipan selama mengelola usahanya. Data yang dihimpun kemudian dianalisis menggunakan prosedur sistematis IPA melalui tahapan analisis idiografis dan keterlibatan tingkat interpretasi ganda (double hermeneutic) (Smith et al., 2009). Melalui identifikasi tema-tema utama lintas-kasus, analisis ini bertujuan untuk membedah secara komprehensif bagaimana pelaku UMKM mengonstruksi makna di balik stresor pelayanan, serta bagaimana pemaknaan tersebut membentuk strategi coping yang adaptif demi menjaga stabilitas kualitas pelayanan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan lima orang pelaku UMKM dari berbagai latar belakang jenis usaha sebagai partisipan penelitian (Tabel 1).

Tabel 1. Informasi Demografis dan Deskripsi Usaha Partisipan

Kode	usia	Jenis Kelamin	Jenis Usaha	Lama Usaha	Lokasi Usaha
R1	25	Perempuan	Penjahit	6 tahun	Blitar
R2	50	Perempuan	Penjual jajan ciki-ciki	1 tahun	Jember
R3	30	Perempuan	Penjual es teh poci	2 tahun	Jember
R4	26	Laki-laki	Konsultan jasa pengolahan data	3 tahun	Malang
R5	50	Perempuan	Kripik tempe	1 tahun	Nganjuk

Data hasil wawancara yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) dengan meniti tahapan pengkodean serta interpretasi makna pada tiap kasus. Berdasarkan hasil analisis mendalam secara idiografis tersebut, ditemukan pola pengalaman lintas-partisipan yang diabstraksikan menjadi tiga tema utama dan tujuh subtema. Perlu ditegaskan bahwa ketiga tema utama ini merupakan pola interpretasi substantif yang mencerminkan esensi psikologis bersama di antara para partisipan, dan bukan merupakan sebuah tahapan linier atau universal yang pasti dialami secara seragam oleh seluruh pelaku UMKM. Struktur tema-tema tersebut mencakup bentuk stres, penanganan psikologis (coping), serta implikasinya terhadap keberlanjutan bisnis (Gambar 1).



Gambar 1. Struktur Tema dan Interpretasi Fenomenologis Pengalaman Stres dan Strategi Coping Pelaku UMKM

Tema 1: Bentuk Stres dalam Pelayanan Konsumen

1.1 Stres akibat tuntutan pelanggan dan ketidakpuasan

Sebagian besar partisipan mengungkapkan bahwa kritik, keluhan, dan ketidakpuasan pelanggan menjadi sumber stres utama dalam menjalankan usaha. Tekanan muncul ketika ekspektasi pelanggan tidak sesuai dengan hasil yang diberikan, sehingga memunculkan perasaan kecewa, cemas, dan keraguan terhadap kemampuan diri.

"Ada komentar yang menyakitkan, kadang membuat semangat saya menurun." (R1)

"Pelanggan protes karena rasanya kurang manis, padahal itu sudah takaran standar." (R3)

"Saya pernah harus melakukan refund karena klien tidak puas. Itu sangat menekan secara mental." (R4)

"Kadang ada pembeli yang komplain karena keripiknya lengket, padahal saya sudah berusaha maksimal." (R5)

1.2. Stres akibat kendala teknis dan operasional

Selain berasal dari interaksi dengan pelanggan, stres juga muncul akibat berbagai kendala operasional, seperti keterbatasan waktu, kesalahan produksi, serta kurangnya keterampilan teknis yang diperlukan dalam menjalankan usaha.

"Saya belajar sendiri pemasaran online, itu awalnya cukup membuat stres." (R1)

"Kadang saya bingung harus mulai dari mana karena semuanya saya kerjakan sendiri. Mulai dari belanja, masak, hingga menjual." (R2)

"Saat awal berjualan, saya sempat bingung mengatur stok dan waktu. Kalau terlambat buka, pelanggan bisa pindah ke tempat lain." (R3)
"Kesulitannya ketika harus membagi waktu antara pekerjaan utama dan pesanan klien freelance." (R4)
"Saya merasa tertekan kalau banyak pesanan, tetapi hasil gorengan justru tidak maksimal." (R5)

Tema 2: Strategi Coping dalam Menghadapi Stres Usaha

2.1. Coping berbasis pemaknaan dan religiusitas

Partisipan memaknai tekanan usaha melalui keyakinan religius, penerimaan diri, dan refleksi terhadap pengalaman yang dihadapi. Strategi ini membantu mereka memperoleh ketenangan emosional serta mempertahankan harapan ketika menghadapi situasi yang tidak dapat dikendalikan.

"Saya percaya semua usaha ini rezeki. Kalau sedang sepi, saya anggap sedang diuji dan mencoba lebih bersabar." (R1)
"Saya yakin rezeki sudah diatur. Kalau belum ada pesanan, mungkin memang belum waktunya." (R2)
"Kalau banyak masalah, saya biasanya berdoa agar hati menjadi tenang." (R3)
"Saya refleksi diri, mungkin ada yang bisa saya perbaiki. Saya percaya hasil akan mengikuti proses." (R4)
"Kalau stres, saya istighfar, duduk sebentar, dan tarik napas. Rezeki kan milik Allah." (R5)

2.2. Strategi coping berfokus pada masalah

Partisipan juga melakukan berbagai tindakan nyata untuk mengatasi sumber stres yang dihadapi, seperti meningkatkan keterampilan, memperbaiki sistem kerja, mengembangkan produk, dan membangun komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan.

"Saya belajar cara promosi online, supaya bisa berjualan lewat Instagram." (R1)
"Saya menambah jenis makanan agar pembeli punya pilihan. Kadang saya juga ikut bazar kecil." (R2)
"Kalau ada komplain, saya menjawab dengan baik dan memberikan penjelasan." (R3)
"Saya ubah SOP kerja saya sendiri, bikin template standar supaya tidak ribet saat revisi." (R4)
"Kalau ada kritik, saya dengarkan dan memperbaiki cara menggoreng." (R5)

2.3. Strategi coping berfokus pada emosi

Selain memaknai dan menyelesaikan masalah, partisipan juga berupaya mengelola kondisi emosional melalui aktivitas sederhana yang membantu mereka kembali tenang sebelum melanjutkan pekerjaan.

"Biasanya saya menyiram tanaman atau ngobrol dengan ibu dulu." (R1)

"Kalau sedang lelah atau kesal, saya diam dulu. Setelah tenang, baru saya lanjutkan." (R3)

"Kalau pikiran penat, saya main PlayStation, tidur sebentar, lalu lanjut kerja." (R4)

"Saya duduk dulu, tarik napas panjang, baru membalas pesan dari pembeli." (R5)

Tema 3: Dampak Strategi Coping terhadap Usaha dan Kualitas Pelayanan

3.1. Menjaga stabilitas pelayanan di bawah tekanan

Strategi coping yang digunakan membantu partisipan mempertahankan sikap profesional ketika menghadapi tekanan usaha. Mereka berupaya mengendalikan emosi sebelum merespons pelanggan sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga.

"Saya tidak membalas chat pelanggan saat sedang lelah atau emosional." (R1)

"Saya tetap ramah, meskipun dalam hati kadang merasa sedih." (R2)

"Kritik dari pelanggan tidak saya ambil hati, saya tetap tersenyum." (R3)

"Saya jaga sikap supaya klien tetap percaya." (R4)

3.2. Meningkatkan ketahanan usaha dan kepercayaan pelanggan

Pengelolaan stres yang adaptif membantu partisipan bertahan menghadapi berbagai tantangan usaha serta menjaga keberlanjutan bisnis yang mereka jalankan.

"Alhamdulillah sekarang sudah ada pelanggan dari luar kota." (R1)

"Pelanggan tetap datang karena saya melayani dengan sabar." (R2)

"Brand saya masih dipercaya karena saya mengerjakan dengan serius." (R4)

"Saya masih bisa terus berjualan, meski kadang lelah sendiri." (R5)

Pembahasan

Pelaku UMKM menghadapi berbagai tekanan psikologis yang berasal dari interaksi dengan pelanggan maupun keterbatasan sumber daya usaha. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman stres partisipan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pekerjaan, tetapi juga menyentuh dimensi personal karena usaha yang dijalankan dipandang sebagai bagian dari identitas diri. Kritik dan ketidakpuasan pelanggan sering kali dimaknai sebagai evaluasi terhadap kemampuan pribadi sehingga memunculkan perasaan kecewa, sedih, dan keraguan terhadap diri sendiri. Lasmini dan Azhar (2025) menjelaskan bahwa keluhan dan penilaian pelanggan menjadi bagian dari evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima. Bagi R4, pengalaman melakukan *refund* tidak hanya

dipersepsikan sebagai kerugian finansial, tetapi juga sebagai simbol kegagalan dalam memenuhi standar profesional yang dibangunnya sendiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman stres pada pelaku UMKM tidak hanya berkaitan dengan kehilangan materi, tetapi juga dengan ancaman terhadap identitas profesional yang mereka bangun melalui usaha tersebut (Asrianto et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan teori transaksional stres yang menjelaskan bahwa stres muncul ketika individu menilai suatu situasi sebagai ancaman terhadap kesejahteraan dirinya (Lazarus & Folkman, 1984).

Dalam perspektif IPA, pengalaman stres yang dialami partisipan tidak dapat dipisahkan dari makna yang mereka lekatkan pada usaha yang dijalankan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Smith et al. (2009) bahwa pengalaman individu perlu dipahami melalui makna subjektif yang mereka konstruksikan terhadap pengalaman hidupnya. Bagi sebagian partisipan, usaha bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk memperoleh penghasilan, tetapi juga menjadi representasi kemampuan, kerja keras, dan harapan yang mereka bangun dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, ketika pelanggan menyampaikan kritik atau ketidakpuasan, respons emosional yang muncul tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk atau layanan, melainkan juga menyentuh aspek identitas diri (Asrianto et al., 2025; Shepherd & Haynie, 2009). Pemaknaan inilah yang kemudian membentuk cara partisipan memahami dan merespons berbagai tekanan yang mereka hadapi selama menjalankan usaha.

Bentuk stres yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu stres akibat tuntutan pelanggan dan stres akibat kendala teknis-operasional. Pada kategori pertama, partisipan mengalami tekanan ketika menghadapi komplain, kritik, maupun ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan. Pada kategori kedua, stres muncul akibat keterbatasan waktu, keterampilan, tenaga kerja, dan kemampuan produksi. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM menghadapi sumber stres yang bersifat multidimensional karena harus mengelola tuntutan pasar sekaligus keterbatasan internal usaha secara bersamaan (Ibrahim, 2025).

Meskipun sumber stres yang dialami partisipan berbeda-beda, seluruh partisipan menunjukkan upaya aktif untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Menariknya, mereka tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah secara praktis, tetapi juga berusaha memahami makna dari pengalaman yang mereka alami. Hal ini menunjukkan bahwa respons terhadap stres tidak semata-mata ditentukan oleh berat atau ringannya tekanan yang dihadapi, melainkan juga oleh cara individu menafsirkan pengalaman tersebut (Lazarus & Folkman, 1984). Proses penafsiran inilah yang kemudian menjadi dasar munculnya berbagai strategi coping yang digunakan oleh partisipan.

Temuan yang paling menonjol dalam penelitian ini adalah penggunaan coping berbasis pemaknaan dan religiusitas. Hampir seluruh partisipan memandang kesulitan usaha sebagai bagian dari proses kehidupan yang memiliki makna spiritual. Praktik berdoa, beristighfar, serta keyakinan bahwa rezeki telah diatur oleh Tuhan tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk meredakan emosi, tetapi juga menjadi cara partisipan membangun kembali rasa kontrol ketika menghadapi situasi yang berada di luar jangkauan mereka. Dalam konteks ini, stres usaha tidak dimaknai sebagai kegagalan semata, melainkan sebagai bagian dari hubungan spiritual dengan Tuhan. Proses tersebut menunjukkan adanya *meaning-making*, yaitu upaya individu membangun makna terhadap pengalaman yang sulit agar tetap selaras dengan sistem keyakinan yang dimiliki (Park, 2010).

Pengalaman R1 menggambarkan bagaimana sepinya usaha tidak dipersepsikan sebagai tanda ketidakmampuan diri, tetapi sebagai ujian yang perlu dijalani dengan kesabaran. Pemaknaan tersebut memungkinkan partisipan mempertahankan harapan dan optimisme ketika menghadapi ketidakpastian usaha. Dalam perspektif fenomenologis, religiusitas berfungsi sebagai kerangka makna yang membantu individu memahami pengalaman sulit secara lebih positif. Hasil penelitian ini mendukung temuan Pratiwi dan Kurniawati (2021) yang menunjukkan bahwa religiusitas berperan dalam meningkatkan resiliensi pelaku usaha mikro ketika menghadapi tekanan ekonomi.

Pemaknaan terhadap situasi sulit juga dapat berkaitan dengan kemampuan individu mempertahankan emosi positif di tengah pengalaman yang menekan. Folkman (2008) menjelaskan bahwa emosi positif dapat hadir bersamaan dengan emosi negatif selama proses stres dan berperan dalam membantu individu mempertahankan sumber daya psikologis untuk menghadapi situasi sulit. Dalam konteks penelitian ini, keyakinan mengenai rezeki, kesabaran, dan penerimaan terhadap ujian kehidupan dapat dipahami sebagai bagian dari proses pemaknaan yang membantu partisipan mempertahankan harapan ketika menghadapi ketidakpastian usaha.

Temuan ini mengindikasikan bahwa religiusitas memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar sumber dukungan emosional, tetapi juga berperan sebagai sumber makna dan interpretasi terhadap pengalaman hidup (Pargament, 1997). Bagi partisipan, keyakinan spiritual membantu mereka membangun narasi positif terhadap pengalaman yang tidak menyenangkan sehingga tekanan usaha tidak dipandang sebagai akhir dari perjuangan, melainkan bagian dari proses yang harus dijalani. Dengan kata lain, religiusitas berperan sebagai sumber makna yang memungkinkan individu mempertahankan harapan di tengah ketidakpastian. Namun demikian, pemaknaan spiritual tersebut tidak membuat partisipan bersikap pasif terhadap permasalahan yang dihadapi.

Selain itu, partisipan juga menggunakan coping berfokus pada masalah melalui berbagai tindakan nyata, seperti mempelajari pemasaran digital, memperbaiki sistem kerja, mengembangkan variasi produk, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Lazarus dan Folkman (1984), strategi ini cenderung digunakan ketika individu menilai bahwa sumber stres masih dapat dikendalikan melalui tindakan tertentu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa upaya-upaya tersebut membantu partisipan meningkatkan rasa kontrol terhadap situasi yang dihadapi sekaligus mengurangi tekanan psikologis yang muncul akibat ketidakpastian usaha. Temuan ini juga mendukung penelitian Wulandari et al. (2020) yang menunjukkan bahwa strategi coping aktif membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perubahan lingkungan usaha dan mempertahankan keberlangsungan bisnisnya.

Kecenderungan untuk melakukan tindakan nyata menunjukkan bahwa partisipan tidak hanya mengandalkan penerimaan atau keyakinan religius dalam menghadapi tekanan usaha. Sebaliknya, mereka berupaya menyeimbangkan penerimaan terhadap kondisi yang tidak dapat dikendalikan dengan usaha untuk mengubah kondisi yang masih memungkinkan diperbaiki. Kombinasi antara pemaknaan spiritual dan tindakan aktif ini memperlihatkan bentuk adaptasi yang relatif fleksibel sesuai karakteristik stresor yang dihadapi (Lazarus & Folkman, 1984). Meskipun demikian, upaya penyelesaian masalah sering kali membutuhkan energi psikologis yang tidak sedikit sehingga pengelolaan emosi tetap menjadi aspek yang penting.

Strategi coping berfokus pada emosi juga ditemukan pada seluruh partisipan. Bentuknya berupa aktivitas sederhana seperti beristirahat, berkebun, bermain gim, mengobrol dengan keluarga, maupun menarik napas sebelum kembali bekerja. Secara fenomenologis, aktivitas tersebut menunjukkan adanya kesadaran partisipan terhadap kondisi emosional mereka sendiri. Partisipan tampak menyadari bahwa kondisi emosional mereka memiliki pengaruh langsung terhadap cara mereka memperlakukan pelanggan. kesadaran tersebut mencerminkan proses regulasi emosi yang memungkinkan individu mengelola respons emosional sebelum menampilkan perilaku tertentu dalam interaksi sosial (Gross, 1998). Oleh karena itu, jeda yang mereka ambil bukan sekadar bentuk penghindaran sementara, melainkan usaha sadar untuk kembali hadir secara lebih tenang dan profesional dalam interaksi pelayanan. Temuan ini sejalan dengan Pennebaker et al. (1988) yang menjelaskan bahwa pengelolaan emosi dapat membantu individu mengurangi dampak negatif stres berkepanjangan.

Kemampuan partisipan dalam mengenali dan mengelola kondisi emosional menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya menjaga keseimbangan psikologis selama menjalankan usaha. Kesadaran tersebut menjadi relevan karena interaksi dengan pelanggan tidak hanya menuntut kemampuan memberikan

produk atau layanan yang sesuai harapan, tetapi juga kemampuan mengelola respons emosional dalam berbagai situasi. Upaya partisipan untuk mengambil jeda sebelum merespons pelanggan, menahan ekspresi kekesalan, dan tetap bersikap ramah dapat dipahami melalui konsep *emotional labor*. Grandey (2000) menjelaskan bahwa pekerjaan yang melibatkan interaksi dengan pelanggan menuntut individu untuk mengelola dan menampilkan emosi tertentu sesuai dengan tuntutan peran pelayanan. Dalam konteks penelitian ini, pengelolaan emosi menjadi bagian dari upaya partisipan untuk mempertahankan profesionalitas ketika menghadapi tekanan, meskipun kondisi emosional yang mereka alami tidak selalu sejalan dengan sikap yang ditampilkan kepada pelanggan.

Upaya tersebut juga memperlihatkan bahwa strategi *coping* tidak hanya berkaitan dengan cara partisipan mengurangi tekanan psikologis, tetapi juga dengan bagaimana mereka mempertahankan kualitas interaksi selama memberikan pelayanan. Meskipun menghadapi tekanan yang berulang, partisipan tetap berusaha menjaga komunikasi, menerima kritik, dan memberikan pelayanan secara ramah. Kemampuan mengelola respons emosional memungkinkan mereka menghadapi situasi yang tidak menyenangkan tanpa secara langsung melampiaskan tekanan kepada pelanggan. Dalam konteks ini, strategi *coping* dapat dipahami sebagai sumber daya personal yang dipersepsikan membantu partisipan mempertahankan hubungan interpersonal dengan konsumen. Hal tersebut sejalan dengan Nurhidayati et al. (2022) yang membahas keterkaitan strategi *coping* dan loyalitas pelanggan pada UMKM. Dengan demikian, pengelolaan stres memiliki relevansi bukan hanya bagi kondisi psikologis pelaku usaha, tetapi juga bagi keberlangsungan interaksi pelayanan.

Lebih dalam, pengalaman partisipan menunjukkan bahwa kemampuan mempertahankan hubungan dengan pelanggan berkaitan dengan cara mereka memandang usaha yang dijalankan. Sikap sabar, kesediaan menerima kritik, dan kemampuan mengendalikan respons emosional tidak semata-mata dilakukan untuk menyelesaikan transaksi, tetapi juga mencerminkan upaya menjaga kepercayaan yang telah dibangun bersama pelanggan. Dalam konteks UMKM yang banyak mengandalkan interaksi langsung dan hubungan sosial, kepercayaan menjadi salah satu aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha mengelola pengalaman emosional dalam relasi dengan konsumen.

Secara fenomenologis, pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa tekanan usaha tidak selalu dimaknai partisipan sebagai persoalan ekonomi atau operasional semata. Bagi sebagian partisipan, usaha juga berkaitan dengan identitas diri, tanggung jawab personal, aktualisasi diri, dan nilai-nilai spiritual. Asrianto et al. (2025) turut menggambarkan bahwa pengalaman menjalankan

UMKM memiliki dimensi emosional dan psikologis yang berkaitan dengan perjalanan personal pelaku usaha. Dalam penelitian ini, keterkaitan antara usaha dan pemaknaan diri tersebut membantu menjelaskan mengapa kritik pelanggan, ketidakpuasan terhadap hasil usaha, maupun kendala operasional dapat dirasakan sebagai pengalaman yang lebih personal. Pada saat yang sama, religiusitas menyediakan kerangka pemaknaan bagi partisipan dalam memahami kesulitan sebagai ujian dan keberhasilan sebagai bagian dari rezeki yang telah ditetapkan Tuhan. Oleh karena itu, strategi *coping* dalam pengalaman partisipan tidak hanya berfungsi sebagai upaya menghadapi tekanan, tetapi juga menjadi bagian dari proses mempertahankan makna personal dan nilai spiritual dalam menjalankan usaha.

Dengan demikian, pengalaman partisipan memperlihatkan bahwa upaya menjaga kualitas pelayanan berlangsung melalui keterkaitan antara pengelolaan emosi, pemaknaan terhadap tekanan, dan tanggung jawab yang mereka rasakan dalam menjalankan usaha. Strategi *coping* tidak hanya membantu partisipan menghadapi situasi yang menekan, tetapi juga menjadi cara untuk tetap menjalankan peran sebagai pelaku usaha di tengah berbagai keterbatasan dan tuntutan pelayanan.

Daftar Pustaka

Asrianto, Ramli, A., Rauf, A., Sahabuddin, R., Sangkala, M., & Dunakhir, S. (2025). Perjalanan Emosional dan Psikologis Pelaku UMKM Perempuan dalam Mengelola Usaha Kecil. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis* (Vol. 2, Nomor 1, hal. 179–194). Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis. https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v2i1.167

Folkman, S. (2008). The case for positive emotions in the stress process. *Anxiety, Stress, & Coping*, 21(1), 3–14. https://doi.org/10.1080/10615800701740457

Grandey, A. A. (2000). Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95–110. https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.1.95

Gross, J. J. (1998). The Emerging Field of Emotion Regulation: An Integrative Review. *Review of General Psychology*, *2*(3), 271–299. https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.3.271

Ibrahim. (2025). Tantangan Dan Harapan Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Jurnal Economina*, *4*(1). https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina

Lasmini, A. D., & Azhar, A. (2025). Efektivitas Layanan Keluhan dan Rating Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Indonesia. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, *6*(2).

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. Springer Publishing Company.

Nurhidayati, A., Fajar, R., & Dewi, N. (2022). Strategi Coping Dan Loyalitas Pelanggan UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *14*(1), 77–89.

Pargament, K. I. (1997). *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice*. Guilford Press.

Park, C. L. (2010). Making Sense of the Meaning Literature: An Integrative Review of Meaning Making and Its Effects on Adjustment to Stressful Life Events. *Psychological Bulletin*, *136*(2), 257–301. https://doi.org/10.1037/a0018301

Pennebaker, J. W., Kiecolt-Glaser, J. K., & Glaser, R. (1988). Disclosure of Traumas and Immune Function: Health Implications for Psychotherapy. *Health Psychology*, *7*(3), 211–217. https://doi.org/10.1037/0278-6133.7.3.211

Potgieter, I., & Botha, K. F. H. (2022). Cognitive Resilience to Psychological Stress: A Review Based on the Transactional Theory of Stress and Coping. *Frontiers in Psychology*, *13*, 853787. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.853787

Pratiwi, L., & Kurniawati, H. (2021). Peran Religiusitas Dalam Resiliensi Pengusaha Mikro. *Jurnal Psikologi Islami*, *7*(2), 90–102.

Schonfeld, I. S., & Mazzola, J. J. (2015). A qualitative study of stress in individuals self-employed in solo businesses. J*ournal of Occupational Health Psychology*, 20(4), 501–513. https://doi.org/10.1037/a0038804

Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2009). Family Business, Identity Conflict, and an Expedited Entrepreneurial Process: A Process of Resolving Identity Conflict. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(6), 1245–1264. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00344.x

Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. SAGE Publications.

Wulandari, A., Santoso, T., & Meilani, D. (2020). Adaptasi UMKM Dalam Menghadapi Pandemi: Studi Coping Strategy. *Jurnal Ekonomi Mikro*, *5*(1), 23–34.