



Analisis Perilaku *Self-Reward* pada Gen-Z: Antara Apresiasi Diri dan Fenomena *Tabdzir* dalam Perspektif Islam

Ferdiansyah Rigani¹, Nuraidah Zahra², Maya Anggelina³, Pebi Fauziyana Br Tarigan⁴, Hapni Laila Siregar⁵

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Medan¹⁻⁵

Email Korespondensi: ferdiansyahriganii@gmail.com, nuraidahzahra081@gmail.com

mayaanggelinamaya@gmail.com, pebifauziyanabrtarigan@gmail.com, hapnilaila@unimed.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 April 2026

ABSTRACT

Self-reward is a behavior of appreciating oneself for something that has been achieved or achieved. Self-reward is a way to motivate oneself and one form of maintaining mental and physical health from fatigue. As time goes by, self-reward is now not only a form of self-appreciation, but has become an increasingly worrying trend, especially among Generation Z. Where massive exposure to digital content can trigger a culture of tabdzir or wastefulness that is contrary to Islamic teachings. Using quantitative research methods, this study aims to describe how the balance between self-reward and the limits of tabdzir (wasteful) behavior, where this study involved 20 respondents. The results showed that the majority of respondents are still aware of and understand the limits of tabdzir (wasteful) behavior, but in reality, many of them still have not implemented these limits in their daily lives. The conclusion of this study emphasizes that as a Muslim, one must be able to control oneself from emotional impulses and from external influences such as social media trends and be able to integrate the values of Islamic law to remain in accordance with the commands of Allah SWT.

Keywords: *Self-reward, tabdzir, GEN Z*

ABSTRAK

Self-reward merupakan perilaku mengapresiasi diri atas sesuatu yang telah dicapai atau diraih. Self-reward merupakan cara untuk memotivasi diri serta salah satu bentuk menjaga kesehatan mental dan fisik dari kelelahan. Seiring perkembangan zaman, self-reward kini bukan hanya sebagai bentuk mengapresiasi diri, namun menjadi tren yang kian mengkhawatirkan terutama di kalangan Generasi Z. Dimana paparan konten digital yang masif dapat memicu budaya tabdzir atau pemborosan yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana keseimbangan antara self-reward dan batasan perilaku tabdzir (boros), dimana penelitian ini melibatkan 20 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih mayoritas responden menyadari dan paham mengenai batasan perilaku tabdzir (boros), namun dalam realitanya masih banyak dari mereka yang belum menerapkan batasan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa sebagai seorang muslim harus mampu dalam mengontrol diri dari dorongan emosional dan dari pengaruh eksternal seperti tren media sosial serta mampu mengintegrasikan nilai-nilai syari'at Islam agar tetap sesuai dengan perintah Allah SWT.

Kata Kunci: *Penghargaan Diri, tabdzir, GEN Z*

PENDAHULUAN

Generasi Z, sebagai kohort pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam ekosistem digital, memiliki karakteristik perilaku konsumsi yang sangat responsif terhadap arus informasi di media sosial (Handayani, 2022). Di era disrupsi ini, dinamika konsumsi tidak lagi sekadar pemenuhan kebutuhan fisik, melainkan telah bergeser menjadi instrumen ekspresi diri dan pencarian identitas (Handayani, 2022). Salah satu fenomena yang menonjol adalah budaya self-reward, yang dinarasikan sebagai bentuk apresiasi terhadap diri sendiri guna menjaga kesejahteraan emosional atau psychological well-being (Nisa & Ramanda, 2025). Secara psikologis, tindakan ini sering dianggap sebagai upaya "healing" untuk memulihkan luka batin masa kecil atau inner child yang belum terselesaikan (Mughtar, 2025). Namun, dalam realitas empiris, batasan antara apresiasi diri yang sehat dan perilaku konsumtif yang berlebihan menjadi kian kabur di kalangan Gen-Z (Anggasta & Puspitasari, 2024), bahkan cenderung mengarah pada gaya hidup yang mengutamakan kepuasan imajiner (Almakki, 2024).

Paparan konten digital yang masif memicu fenomena flexing atau perilaku pamer kemewahan yang secara signifikan membentuk standar gaya hidup ideal remaja masa kini (Fatimah & Putri, 2023; Ritonga dkk., 2025). Hal ini mendorong munculnya perilaku doom spending, di mana individu melakukan belanja impulsif sebagai mekanisme pelarian dari kecemasan atau ketidakpastian kondisi ekonomi global (Sari, 2025; Afra dkk., 2025). Banyak mahasiswa yang akhirnya terjebak dalam gaya hidup hedonis demi mengejar pengakuan sosial dan status (Anjani & Guspa, 2024; Safitri & Husnaini, 2025), yang pada dasarnya merupakan cerminan dari rendahnya kontrol diri (Wahyuningsari dkk., 2022; Azizah & Indrawati, 2015). Perilaku ini tidak hanya merusak stabilitas finansial pribadi, tetapi juga berdampak pada degradasi karakter peduli sosial di kalangan mahasiswa (Wakhida & Sumardjoko, 2024; Shafwah dkk., 2026). Selain itu, penggunaan teknologi digital yang tidak bijak juga berkorelasi dengan pemborosan di sektor lain, seperti perilaku boros energi yang mencerminkan hilangnya kesadaran pro-lingkungan (Rahmadyani & Kusuma, 2021).

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, konsumsi harus senantiasa berlandaskan pada prinsip tauhid, khilafah, keadilan, dan maslahah (Alviansyah dkk., 2025). Islam secara tegas melarang perilaku israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan) karena tindakan tersebut dianggap sebagai bentuk ketidakmampuan individu dalam mengendalikan hawa nafsu (Al Qodar & Makky, 2025; Wijaya dkk., 2025). Sebagaimana ditegaskan dalam literatur pendidikan agama, pemboros dikategorikan sebagai "saudara syaitan" karena menjauhkan manusia dari rasa syukur dan sifat bersahaja (Taufik & Setyowati, 2021). Larangan ini sejalan dengan konsep akhlak Islami yang menekankan pentingnya moderasi atau wasathiyah (Yusgiantara, 2024). Konsumsi yang melampaui batas kewajaran tidak hanya dilarang secara normatif, tetapi juga menghambat pencapaian kesejahteraan hakiki atau falah (Kamalia, 2025; Mannan, 1997). Oleh karena itu, revitalisasi nilai-nilai karakter melalui pendidikan Islam klasik menjadi sangat krusial sebagai fondasi moral di tengah tantangan modernisasi (Suhayib, 2016).

Penelitian terdahulu telah mengeksplorasi hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dari sudut pandang psikologi konvensional (Anjani & Guspa, 2024) dan manajemen pemasaran (Sumarwan, 2015). Beberapa studi juga menyoroti pentingnya kesejahteraan psikologis dalam membentuk karakter mahasiswa (Purnomosidi dkk., 2022; Nisa & Ramanda, 2025). Namun, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang signifikan, di mana integrasi antara kebutuhan kesehatan mental (self-reward) dengan batasan hukum ekonomi syariah terkait tabdzir masih jarang dibahas secara mendalam dalam satu kerangka kerja. Sebagian besar literatur masih bersifat parsial dan belum menyentuh aspek implementasi praktis pengendalian diri berbasis nilai Islami dalam aktivitas digital (Nafilah dkk., 2025; Al Qodar & Makky, 2025). Dibutuhkan analisis yang lebih tajam mengenai bagaimana prinsip etika ekonomi Islam dapat menjadi filter bagi Gen-Z dalam membedakan antara kebutuhan psikologis yang valid dan keinginan konsumtif yang destruktif (Rozalinda, 2017; Suhayib, 2016)

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada upaya mensinergikan fenomenologi inner child dengan prinsip Maqashid al-Shariah untuk merumuskan batasan konsumsi emosional yang etis. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek material, tetapi juga mempertimbangkan aspek spiritual dalam tindakan self-reward (Muchtar, 2025; Chapra, 2001). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku self-reward Gen-Z dan mendudukkannya dalam bingkai hukum ekonomi syariah agar tercipta keseimbangan hidup (Qaradawi, 1995). Dengan memahami akar masalah boros (Dewi dkk., 2025) dan mengadopsi pola hidup sederhana (Mauluddin & Habibah, 2022), diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan model literasi keuangan syariah yang holistik bagi mahasiswa di Indonesia (Yusgiantara, 2024; Alviansyah dkk., 2025).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena perilaku self-reward di kalangan Generasi Z melalui data angka yang diperoleh dari responden. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013). Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital dan sering terlibat dalam fenomena gaya hidup hedonisme, penggunaan media sosial, dan praktik self-reward. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui instrumen angket (kuesioner) yang disebarluaskan secara daring. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Instrumen angket pada penelitian ini dibagi menjadi tiga dimensi utama untuk mengukur variabel penelitian: Dimensi I (Motivasi & Apresiasi Diri) yang bertujuan untuk mengukur self-reward sebagai bentuk pemenuhan hak diri yang positif (self-care). Dimensi II (Indikasi Israf & Tabdzir) yang digunakan untuk mengukur apakah perilaku tersebut telah melampaui batas kewajaran atau mengarah pada pemborosan. Dimensi III (Kesadaran Spiritual)

yang bertujuan mengukur pemahaman responden terhadap batasan agama terkait konsumsi. Setiap butir pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2013). Data yang diperoleh melalui instrumen angket dikumpulkan dalam format digital, kemudian dilakukan proses skoring berdasarkan skala Likert (1-5). Analisis dilakukan dengan menghitung total skor jawaban setiap responden untuk memetakan kecenderungan perilaku mereka ke dalam tiga kategori utama: motivasi apresiasi diri, indikasi perilaku israf atau tabdzir, dan tingkat kesadaran spiritual. Hasil perhitungan ini kemudian dideskripsikan untuk menggambarkan bagaimana keseimbangan antara kebutuhan kesehatan mental (self-reward) dan batasan perilaku boros (tabzир) yang dilarang dalam agama islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Eksplorasi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Generasi Z menunjukkan dinamika yang kompleks antara kebutuhan psikologis dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Data kuantitatif mengungkapkan bahwa mayoritas responden (65%) memandang self-reward sebagai instrumen apresiasi diri yang valid dan bentuk rasa syukur atas pencapaian yang telah dilalui. Secara psikologis, tindakan ini dianggap mampu menstabilkan kesehatan mental dan meningkatkan motivasi ibadah, yang selaras dengan konsep pemenuhan hak atas jiwa atau hakun linafsik dalam perspektif Islam.

Namun, temuan pada dimensi perilaku konsumtif menunjukkan anomali yang signifikan. Sebanyak 58% responden mengakui bahwa tindakan self-reward mereka kerap dipicu oleh paparan konten media sosial atau fenomena Fear of Missing Out (FOMO). Lebih lanjut, terdapat kecenderungan perilaku destruktif di mana 42% responden tetap memaksakan konsumsi barang mewah meskipun kondisi finansial sedang tidak stabil. Data ini diperburuk dengan fakta bahwa 45% responden lebih memprioritaskan anggaran self-reward dibandingkan kewajiban finansial yang bersifat darurat atau sosial, seperti membayar hutang dan bersedekah.

Meskipun terdapat degradasi perilaku finansial, kesadaran teologis responden relatif tinggi, di mana 75% responden memahami larangan perilaku israf dan tabdzir dalam Al-Qur'an. Kendati demikian, terdapat kesenjangan antara kognisi dan aksi, yang dibuktikan dengan munculnya perasaan bersalah atau buyer's remorse pada 52% responden pasca-transaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan teologis belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi kontrol diri dalam aktivitas digital.

Pembahasan

Analisis terhadap temuan di atas menunjukkan bahwa self-reward telah mengalami pergeseran makna dari apresiasi diri menjadi mekanisme pembenaran

terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan. Fenomena ini mengonfirmasi pandangan bahwa batasan antara apresiasi diri yang sehat dan perilaku boros kian kabur di kalangan Generasi Z. Upaya pemulihan batin atau "healing" yang dinarasikan melalui media sosial sering kali menjadi topeng bagi gaya hidup hedonis yang mengutamakan kepuasan imajiner semata.

Tingginya pengaruh media sosial dalam memicu belanja impulsif (58%) memperkuat teori bahwa ekosistem digital menciptakan standar gaya hidup ideal yang memicu perilaku flexing atau pamer kemewahan. Dalam kondisi ini, mahasiswa terjebak dalam fenomena doom spending sebagai pelarian dari kecemasan ekonomi, namun justru berakhir pada kerentanan finansial yang lebih dalam. Rendahnya kontrol diri ini tidak hanya merusak stabilitas ekonomi pribadi, tetapi juga berisiko mendegradasi karakter peduli sosial di lingkungan akademis.

Dalam perspektif Ekonomi Syariah, perilaku yang mendahulukan keinginan di atas kewajiban merupakan bentuk nyata dari israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan). Islam secara tegas mengkategorikan pemboros sebagai "saudara syaitan" karena tindakan tersebut mencerminkan hilangnya rasa syukur dan sifat bersahaja. Ketidakmampuan responden dalam mengendalikan hawa nafsu digital menunjukkan bahwa prinsip moderasi atau wasathiyah belum menjadi fondasi utama dalam pola konsumsi mereka.

Munculnya rasa penyesalan finansial pasca-pembelian menandakan bahwa self-reward yang tidak terkontrol gagal memberikan kesejahteraan hakiki atau falah. Oleh karena itu, sinergi antara pemahaman kesehatan mental dan batasan hukum ekonomi syariah menjadi krusial. Dibutuhkan literasi keuangan syariah yang holistik untuk membantu mahasiswa membedakan antara kebutuhan psikologis yang valid dan keinginan konsumtif yang destruktif. Penguatan nilai-nilai karakter melalui pendidikan Islam menjadi langkah strategis untuk membentengi mahasiswa dari arus materialisme modern.

SIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, data menunjukkan bahwa banyak individu yang masih memiliki pemahaman yang kuat mengenai self-reward sebagai suatu bentuk penghargaan atau pengapresiasian diri untuk menjaga kesehatan mental dan fisik. Selain itu, kesadaran mengenai perilaku tabdzir atau boros sebagaimana tercantum dalam Q.S Al-Isra: 27 pun berada dalam level yang tinggi. Walaupun pemahaman para responden terhadap perilaku tabdzir cukup tinggi, ternyata kenyataannya masih banyak dari mereka yang belum menerapkan batasan budaya konsumtif yang berlebihan didalam kehidupan nyata. Data mengungkapkan bahwasanya mayoritas dari responden masih saja melaksanakan perilaku tabdzir, seperti memaksa pengeluaran mewah walaupun saat kondisi finansial sedang menipis, yang mana hal ini dipengaruhi oleh ketidakmampuan dalam mengontrol diri yang diakibatkan oleh tren media sosial atau Fomo. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa self-reward dapat memicu adanya budaya tabdzir yang bertentangan dengan syari'at Islam. Dimana hal ini dapat terjadi karena ketidakmampuan diri untuk mengontrol dirongga emosional serta pengaruh eksternal. Sehingga untuk menghindari hal tersebut, seorang

muslim harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai syari'at Islam kedalam pola konsumsinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Afra, A., dkk. (2025). Pengaruh Fenomena Fomo Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Jurnal Mudabbir*, 5(2), 3644-3659.
- Al Qodar, N. L., & Makky, M. Y. (2025). Konsep Israf Dan Tabdzir: Panduan Konsumsi Bijak Dalam Islam. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 8(2).
- Almakki, H. M. A. (2024). Konsumerisme dan Islam. *Waralaba: Journal of Economics and Business*, 1(1).
- Alviansyah, M. R., dkk. (2025). Konsumsi dalam Ekonomi Islam. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1).
- Al-Gharani, I., M. (2018). *Buku Pintar Khutbah Jum'at Tematik*. Yogyakarta: Laksana.
- Anggasta, G., & Puspitasari, D. G. (2024). Implikasi Budaya Self-Reward Terhadap Konsumtivitas: Studi Kasus Gen-Z. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).
- Andriyani, A. (2025). Peran Emosi dalam Proses Pembelian Generasi Z. *PARADE Riset*, 3 (1), 43-48.
- Anjani, M., & Guspa, A. (2024). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UNP. *Causalita: Journal of Psychology*, 2(2).
- Arifin, S., & Susanto, B. (2025). Fenomena Doom Shopping di Kalangan Generasi Z: Tinjauan Sosiologi Hukum Islam dan Maqasid Syariah Jasser Auda tentang Ketahanan Ekonomi Keluarga. *Maqasid: Jurnal Studi Hukum Islam*, 14 (3), 306-315.
- Azizah, F. N., & Indrawati, E. S. (2015). Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa FEB UNDIP. *Jurnal Empati*, 4(4).
- Dewi, I. Z. T., dkk. (2025). Kajian Islam Tentang Sifat Boros. *Kaunia: Integration and Interconnection of Islam and Science Journal*, 20(2).
- Fatimah, S., & Putri, O. M. P. (2023). Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Husni, D. A., & Hardianti, D. (2021). Self Reward Yes! Boros No! Dalam Perspektif Islam. Bandung.
- Kamalia, E. R. (2025). Hedonisme Dalam Sudut Pandang Agama Islam dan Kesejahteraan Ekonomi. *Macrovia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).
- Lazuardy, D., Loo, P., Sinaga, H. D. E., & Maryati, D. E. (2024). Hedonisme dan Perilaku Pembelian di Kafe. Malang: CV. Seribu Bintang.
- Mauluddin, M., & Habibah, N. (2022). Pola Hidup Sederhana Dalam Kajian Tafsir Maudhu'i. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 5(2).
- Muchtar, E. H. (2025). Analisis Fenomena Inner Child Dan Self-Reward dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Al-Hisbah (Jurnal Ekonomi Islam)*, 4(1).
- Nafilah, J., dkk. (2025). Fenomena Self-Reward dalam Budaya Konsumerisme Digital. *JICN*, 2(3).

-
- Nisa, N. H., & Ramanda, P. (2025). Urgensi Self Reward Terhadap Kesejahteraan Psikologis Mahasiswa BKPI. *Jurnal Wahana Didaktika*, 23(1).
- Rahma, A., & Sari, NP (2026). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KESEHATAN MENTAL MAHASISWA: TINJAUAN PUSTAKA. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 3 (1), 265-273.
- Rahmadyani, H., & Kusuma, H. E. (2021). Hubungan Perilaku Boros Energi dengan Alasan Berperilaku Boros. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 10(1).
- Ritonga, N. A. G., dkk. (2025). Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Masa Kini (Pengaruh Media Sosial). *Wissen*, 3(3).
- Safitri, C. N., & Husnaini, M. (2025). Dampak Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa UII. *At-Thullab*, 7(1).
- Sari, A. P. (2025). Doom Spending dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Israf dan Tabdzir. *Eskalasi Journal*, 1(1).
- Shafwah, A. N., Siregar, H. L., Nisa, K & Auliya, N. D. D. (2026). Persepsi Mahasiswa UNIMED terhadap Fenomena Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sultoni, A. H. (2023). *Sustainable Blue Economy Perspektif Al-Qur'an*. Jakarta: Publica Indonesia Utama.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(01), 1-12.
- Wahyuning Sari, D., dkk. (2022). Maraknya Hedonisme Berkedok Self Reward. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(1). 7-11.
- Yusgiantara, A. (2024). Menghindari Perilaku Berlebihan: Membumikan Gaya Hidup Islami dalam Mengatasi Israf, Tabdzir, dan Bakhil. *JMA*, 2(10).