

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan digitalisasi dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap gaya hidup masyarakat, termasuk di kalangan remaja. Kemudahan akses terhadap internet, *e-commerce*, dan media sosial membuat pola konsumsi generasi muda semakin beragam dan sering kali bersifat konsumtif. Dalam konteks ini, muncul fenomena yang dikenal sebagai *self-rewarding*, yaitu kebiasaan memberi penghargaan kepada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi atas pencapaian tertentu, usaha keras, atau cara mengatasi stres (Anggasta et al., 2024). Praktik ini tidak selalu negatif, karena pada dasarnya manusia membutuhkan penghargaan diri untuk menjaga motivasi dan kesejahteraan psikologis. Namun, ketika kebiasaan *self-rewarding* diwujudkan melalui perilaku konsumtif yang berlebihan, hal ini dapat berdampak pada kebiasaan keuangan yang kurang sehat, terutama bagi remaja yang belum memiliki kemampuan literasi finansial yang matang.

Fenomena *self-rewarding* kini semakin terlihat di kalangan pelajar SMA. Misalnya, siswa yang baru saja menyelesaikan ujian, mendapatkan nilai tinggi, atau bahkan hanya ingin menghibur diri setelah hari yang melelahkan, sering memilih untuk membeli barang seperti pakaian, *skincare*, makanan kekinian, atau nongkrong di *café* sebagai bentuk hadiah untuk diri sendiri (Yuliana & Sartono., 2025). Media sosial turut memperkuat kebiasaan ini, karena banyaknya konten yang menormalisasi perilaku “*treat yourself*” sebagai simbol *self-care* dan pencapaian pribadi. Sayangnya, tidak semua siswa mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga perilaku konsumsi yang semula bertujuan memberikan kepuasan psikologis justru berubah menjadi kebiasaan konsumtif.

Perilaku konsumtif di kalangan anak muda kini menjadi fenomena sosial yang semakin umum dijumpai. Pola konsumsi mereka tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan telah berkembang menjadi sarana untuk mencari kepuasan emosional dan pengakuan sosial (Fransisca, 2020). Remaja masa kini cenderung menjadikan aktivitas konsumsi seperti jajan di *café*, membeli makanan kekinian, hingga berbelanja online sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Kegiatan tersebut sering kali dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena keinginan untuk mengikuti tren, merasa lebih percaya diri, atau sekadar mendapatkan kesenangan sesaat. Kemudahan akses terhadap aplikasi *e-commerce* dan dompet digital juga memperkuat kecenderungan ini, karena proses transaksi menjadi lebih cepat dan praktis. Akibatnya, batas antara kebutuhan dan keinginan semakin kabur, dan perilaku konsumsi sering kali dilakukan secara impulsif. Pada akhirnya, kebiasaan ini dapat membentuk pola perilaku konsumtif yang sulit dikendalikan, terutama di kalangan pelajar yang masih berada dalam tahap pembelajaran mengelola keuangan pribadi.

Sejumlah penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan pelajar dan mahasiswa semakin meningkat. Penelitian Fransisca (2020) menyebutkan bahwa kemudahan akses *e-commerce* serta pengaruh media sosial menjadi pemicu utama meningkatnya perilaku konsumtif remaja. Sementara itu, studi oleh Alvianingrum dkk (2026) menemukan bahwa rendahnya kontrol diri memiliki hubungan positif dengan kebiasaan menggunakan *e-wallet* secara impulsif untuk keperluan non-prioritas, yang salah satunya berkaitan dengan *self-rewarding*. Selain itu, penelitian oleh Nurhaliza dkk (2025) mengenai urgensi *self-rewarding* terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa menunjukkan bahwa kebiasaan memberi penghargaan diri memiliki manfaat emosional, tetapi tetap perlu diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik agar tidak berdampak negatif.

Selain didasarkan pada fenomena yang berkembang secara umum, pemilihan SMA Negeri 2 Mejayan sebagai lokasi penelitian juga berangkat dari kondisi yang ditemukan peneliti selama melakukan observasi awal dan komunikasi dengan pihak sekolah. Berdasarkan hasil pengamatan di lingkungan sekolah, khususnya pada saat jam istirahat dan pergantian jam pelajaran, terlihat bahwa aktivitas konsumsi merupakan bagian yang cukup dekat dengan keseharian siswa. Sebagian siswa memanfaatkan waktu istirahat untuk membeli makanan maupun minuman di kantin sekolah, sementara beberapa siswa juga terlihat membicarakan makanan atau minuman yang sedang populer di media sosial serta tren yang sedang berkembang di kalangan remaja. Aktivitas tersebut pada dasarnya merupakan perilaku yang wajar, namun menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut ketika dikaitkan dengan alasan dan makna yang melatarbelakangi tindakan konsumsi tersebut.

Hasil wawancara pendahuluan juga menunjukkan adanya indikasi bahwa sebagian siswa telah mengenal konsep *self-rewarding*, meskipun mereka belum memahami istilah tersebut secara akademis. Beberapa siswa mengungkapkan bahwa setelah menyelesaikan ujian, memperoleh nilai yang memuaskan, atau merasa lelah setelah mengikuti berbagai kegiatan sekolah, mereka cenderung membeli makanan favorit, minuman kekinian, atau barang tertentu sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri. Di sisi lain, ditemukan pula siswa yang memilih menabung terlebih dahulu atau mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum melakukan pembelian sebagai upaya mengendalikan pengeluaran. Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa praktik *self-rewarding* telah menjadi bagian dari pengalaman sehari-hari sebagian siswa dengan bentuk dan cara yang beragam. Kondisi inilah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih mendalam bagaimana *self-rewarding* dimaknai oleh siswa, faktor-

faktor yang melatarbelakanginya, serta kaitannya dengan perilaku konsumsi yang mereka lakukan.

Melihat fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perilaku *self-rewarding* muncul dan terwujud dalam konteks pelajar di sekolah menengah atas, khususnya di SMA Negeri 2 Mejayan. Siswa di usia remaja akhir umumnya sedang berada pada tahap pencarian jati diri dan pembentukan kebiasaan hidup, termasuk dalam hal mengatur keuangan pribadi. Dengan uang saku yang terbatas, sebagian dari mereka mungkin memanfaatkan *self-rewarding* sebagai bentuk ekspresi diri atau pelarian dari tekanan akademik, tanpa menyadari dampaknya terhadap kebiasaan konsumsi jangka panjang.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana siswa memahami dan menerapkan konsep *self-rewarding* dalam kehidupan sehari-hari, serta sejauh mana hal tersebut memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Selain memberikan kontribusi teoritis dalam bidang ekonomi dan perilaku konsumen, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi sekolah dan masyarakat. Sekolah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan refleksi untuk menanamkan nilai-nilai pengelolaan keuangan yang bijak melalui kegiatan pembelajaran ekonomi atau proyek kewirausahaan. Sementara itu, bagi siswa penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara kepuasan diri dan tanggung jawab finansial agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

Dengan demikian, penelitian berjudul “Fenomena *Self-Rewarding* dalam Perilaku Konsumsi Siswa SMA Negeri 2 Mejayan” ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk *self-rewarding* yang dilakukan siswa, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan tersebut seperti motivasi dan dorongan sosial, serta menjelaskan bagaimana praktik

tersebut berhubungan dengan pola konsumsi siswa di kehidupan sehari-hari. Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman baru bahwa *self-rewarding* tidak semata tentang konsumsi, tetapi juga tentang keseimbangan antara kebutuhan emosional dan tanggung jawab finansial pada masa remaja.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi bentuk-bentuk *self-rewarding* yang dilakukan oleh siswa SMA Negeri 2 Mejiyan dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi sehari-hari.
2. Menganalisis motif siswa SMA Negeri 2 Mejiyan dalam melakukan *self-rewarding*.
3. Menggali faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku *self-rewarding*.
4. Menganalisis dampak *self-rewarding* terhadap perilaku konsumsi siswa
5. Mengidentifikasi upaya siswa dalam mengontrol perilaku konsumsi, agar praktik *self-rewarding* tidak menimbulkan dampak negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk *self-rewarding* yang dilakukan oleh siswa SMA Negeri 2 Mejiyan dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi sehari-hari.
2. Untuk menganalisis motif siswa dalam melakukan *self-rewarding*.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku *self-rewarding* pada siswa SMA Negeri 2 Mejiyan.

4. Untuk menganalisis dampak *self-rewarding* terhadap perilaku konsumsi siswa, khususnya kecenderungan perilaku konsumtif dalam pengambilan keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui upaya siswa dalam mengontrol perilaku konsumsi, agar praktik *self-rewarding* tidak menimbulkan dampak negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi yang diberikan setelah melakukan penelitian. Adapun manfaat dari penelitian ini antarlain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam memahami fenomena *self-rewarding* di kalangan remaja, khususnya dalam konteks perilaku konsumsi siswa SMA. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana penerapan ilmu ekonomi yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi nyata di lapangan.

2. Bagi Siswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi siswa agar lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, siswa dapat menerapkan perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

3. Bagi Sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak sekolah dalam memahami pola perilaku konsumsi siswa, sehingga dapat dijadikan dasar dalam menyusun kegiatan pembinaan karakter atau literasi keuangan di lingkungan sekolah.

4. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi tambahan bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi dalam kajian perilaku konsumsi dan literasi ekonomi remaja. Hasil penelitian dapat mendukung pengembangan pembelajaran ekonomi yang lebih kontekstual, khususnya dalam menanamkan sikap konsumsi rasional dan pengendalian diri pada peserta didik.

5. Bagi Universitas PGRI Madiun

Bagi Universitas PGRI Madiun, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan kontribusi ilmiah di bidang pendidikan dan ekonomi, serta mendukung peningkatan kualitas akademik dan penguatan reputasi universitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang relevan dengan isu perilaku ekonomi generasi muda.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam tentang perilaku *self-rewarding*, perilaku konsumsi, maupun topik lain yang berkaitan dengan ekonomi perilaku pada remaja.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada judul dan fokus penelitian berdasarkan maksud dan pemahaman peneliti (Hadi, 2016). Berikut merupakan definisi istilah dari penelitian ini:

1. *Self-Rewarding*

Self-rewarding merupakan perilaku individu dalam memberikan penghargaan atau hadiah kepada diri sendiri setelah berhasil mencapai suatu tujuan, melewati kesulitan, atau sekadar untuk meningkatkan suasana hati. Pada remaja, bentuk *self-rewarding* dapat berupa membeli barang yang diinginkan, nongkrong di kafe, menonton film, atau melakukan aktivitas yang dianggap menyenangkan setelah menyelesaikan tugas atau ujian. Berdasarkan pemahaman peneliti, *self-rewarding* dalam konteks penelitian ini dimaknai sebagai kebiasaan siswa SMA dalam memberikan penghargaan kepada diri sendiri melalui konsumsi barang atau jasa tertentu untuk merayakan pencapaian pribadi maupun sebagai bentuk pelarian dari stres dan tekanan belajar.

2. Perilaku Konsumsi

Kegiatan konsumsi adalah aktivitas menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Di kalangan remaja, kegiatan konsumsi sering kali tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan untuk mengikuti tren, meningkatkan status sosial, atau memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya. Dalam penelitian ini, kegiatan konsumsi dipahami sebagai segala bentuk pengeluaran yang dilakukan oleh siswa SMA, baik berupa pembelian kebutuhan sehari-hari maupun barang hiburan, yang dilakukan atas

dorongan untuk memenuhi keinginan pribadi. Dengan demikian, kegiatan konsumsi menjadi konteks penting untuk memahami bagaimana perilaku *self-rewarding* berperan dalam membentuk pola konsumsi di kalangan remaja sekolah menengah atas.