

Pendekatan Pendidikan Islam dan Ekonomi Syariah Terhadap Fenomena Inner Child dan Self-Reward

Evan Hamzah Muchtar

Institut Asy-Syukriyyah

evan.hamzah.m@gmail.com

Abstract

The phenomena of inner child and self-reward have increasingly become part of popular culture, particularly among millennials and Gen Z, driven by social media narratives that emphasize emotional healing and self-appreciation. This article aims to examine these phenomena through the lens of Islamic education and sharia economics. Using a qualitative phenomenological approach, data were collected through non-participant observation of digital content portraying healing-oriented self-reward practices. The findings reveal that self-reward can serve as a medium for emotional healing and educational development when aligned with Islamic values such as tazkiyah al-nafs (purification of the soul), maslahah (public benefit), and spiritual discipline. Therefore, an integrated approach based on Islamic education and sharia economics is essential to guide these practices beyond mere consumerism—transforming them into a meaningful process of character building, soul purification, and the pursuit of a balanced life blessed by Allah.

Keywords: Islamic Education, Syariah Economics, Inner child, Self-reward

Abstrak

Fenomena inner child dan praktik self-reward kini menjadi bagian dari budaya populer, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z, seiring maraknya narasi media sosial yang menekankan pentingnya pemulihan emosional dan penghargaan terhadap diri sendiri. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji fenomena tersebut melalui pendekatan pendidikan Islam dan ekonomi syariah. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis fenomenologis, data diperoleh melalui observasi non-partisipatif terhadap konten-konten digital yang merepresentasikan praktik self-reward berbasis healing. Temuan menunjukkan bahwa self-reward dapat menjadi sarana edukatif dan penyembuhan batin jika diarahkan pada nilai-nilai islami, seperti tazkiyah al-nafs, kemaslahatan, dan pengelolaan spiritual. Oleh karena itu, pendekatan pendidikan Islam dan ekonomi syariah diperlukan untuk menuntun praktik ini agar tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi menjadi bagian dari proses pembentukan karakter, penyucian jiwa, serta pencapaian keseimbangan hidup yang diridhai Allah.

Kata kunci: Pendidikan Islam, Ekonomi Syariah, Inner child, Self-reward

PENDAHULUAN

Praktik self-reward dan proses penyembuhan yang berakar pada konsep *inner child* kini telah menjadi tren gaya hidup di kalangan generasi milenial dan Gen Z, terutama dalam konteks kehidupan digital. Sohini Rohra, seorang psikolog konseling sekaligus aktivis di bidang kesehatan mental, mengungkapkan bahwa generasi Z kerap memanfaatkan elemen nostalgia dalam konsumsi mereka sebagai bentuk perawatan dan penyembuhan terhadap luka batin yang berkaitan dengan *inner child* (Sinha, 2025). Self-reward saat ini dipahami tidak sekadar sebagai ungkapan penghargaan terhadap pencapaian diri, tetapi juga sebagai upaya penyembuhan terhadap trauma masa kecil yang belum terselesaikan. Dalam kerangka tersebut, aktivitas konsumsi mengalami pergeseran makna—dari sekadar pemenuhan kebutuhan fisik menjadi

sarana pemulihan emosional. Pola hidup semacam ini menyentuh aspek psikologis sekaligus spiritual dalam kehidupan masyarakat Muslim urban kontemporer (Dwinanda, 2024).

Dorongan untuk memuaskan *inner child* kerap diekspresikan melalui konsumsi barang-barang yang membangkitkan kenangan masa lalu, seperti mainan masa kecil, makanan favorit saat duduk di bangku sekolah dasar, atau dekorasi kamar bernuansa retro. Pola konsumsi yang dilandasi oleh nostalgia dan pengalaman traumatis ini sering berperan sebagai mekanisme coping alternatif, menggantikan peran terapi profesional yang dinilai mahal atau sulit dijangkau (Preece et al., 2024). Sebagian orang menyatakan bahwa kepemilikan atas barang-barang tertentu mampu meredakan trauma dan mengisi kekosongan emosional yang bersumber dari pengalaman masa kecil yang kurang menyenangkan. Meski demikian, pola konsumsi semacam ini dapat berkembang menjadi perilaku belanja kompulsif atau pengeluaran impulsif yang tidak terkontrol (Weaver et al., 2011). Oleh karena itu, dalam pandangan Islam, penting untuk meninjau kembali niat, tujuan, dan konsekuensi dari perilaku konsumsi yang bersifat emosional. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam bahwa niat merupakan inti dari setiap amal, dan setiap aktivitas ekonomi tidak semata dinilai dari hasil akhirnya, melainkan juga dari motivasi serta tujuan yang melatarbelakanginya (Siddiqi, 1981).

Konsumsi yang dipicu oleh luka emosional turut mencerminkan adanya pergeseran orientasi nilai dalam kalangan Muslim urban. Gaya hidup yang berlandaskan kebutuhan psikologis sering kali menyebabkan kaburnya batas antara kebutuhan yang sejati dan keinginan emosional (Efendioğlu, 2022). Dalam perspektif Islam, konsumsi idealnya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan nyata (*hajiyyat*), bukan semata-mata memenuhi keinginan tambahan (*tahsiniiyyat*) yang dapat mengganggu keseimbangan antara aspek spiritual dan material dalam diri individu (Siddiqi, 2010). Oleh karena itu, penting untuk merekontekstualisasi praktik *self-reward* dalam kerangka *maqashid al-shariah*, khususnya di tengah fenomena pemborosan emosional yang semakin dilegitimasi dengan label “penyembuhan diri”.

Ekonomi syariah, sebagai disiplin ilmu yang tidak hanya mengatur aspek transaksi, tetapi juga kesejahteraan spiritual, memiliki peran signifikan dalam mengevaluasi praktik konsumsi yang dilandasi oleh emosi. Dalam pandangan Islam, konsumsi tidak semata-mata dianggap sebagai aktivitas duniawi, melainkan bagian dari proses penyucian jiwa (*tazkiyah al-nafs*) dan tanggung jawab moral (M. U. (Muhammad U. Chapra, 2000). Berkaitan dengan fenomena *healing* melalui konsumsi, perlu ditelaah apakah perilaku tersebut mencerminkan nilai-nilai *barakah*, *‘adl*, dan *wasathiyah*, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur’an (Az-Zuhaili, 2012). Jika *self-reward* dilakukan secara impulsif tanpa mempertimbangkan niat dan kemaslahatan, maka praktik tersebut berisiko jatuh ke dalam kategori *isrāf* dan *tabdhīr*, yang secara tegas dikecam dalam berbagai ayat Al-Qur’an dan tafsir klasik. Oleh karena itu, para ulama seperti Yusuf al-Qaradawi (Al-Qaradawi, 2000) dan Siddiqi (Siddiqi, 1981) menegaskan pentingnya evaluasi mendalam atas niat dan orientasi konsumsi, agar tidak hanya menjadi pelarian ego sesaat, tetapi benar-benar selaras dengan tujuan utama syariat (*maqāṣid al-sharī‘ah*).

Secara umum, *self-reward* merujuk pada tindakan memberi penghargaan kepada diri sendiri atas suatu pencapaian tertentu (Ryan & Deci, 2000), sementara konsep *inner child* mengacu pada bagian dalam diri yang menyimpan kenangan dan luka emosional dari masa kanak-kanak (Schwartz, 2017). Dalam kerangka psikologi positif, *self-reward* dianggap mampu memperkuat motivasi intrinsik. Namun, dalam praktik sosial, perilaku ini sering kali bercampur dengan kebutuhan akan validasi emosional serta jejak trauma yang belum terselesaikan. Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi dapat bernilai ibadah apabila dilakukan dengan niat yang

tulus dan dalam koridor moderasi, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-A'raf: 31 (Shihab, 2016) dan Al-Isra': 26–27 (Syaiikh, 2008) yang menegaskan larangan bersikap berlebih-lebihan. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengkaji kembali pemaknaan *inner child* dan *self-reward* dalam bingkai ekonomi syariah. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna di balik gejala emosional yang muncul dalam praktik *self-reward* melalui pendekatan pendidikan Islam dan ekonomi syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif fenomenologis guna mengungkap makna dari pengalaman subjektif individu terkait praktik *self-reward* yang berhubungan dengan luka *inner child*. Fokus utama terletak pada upaya memahami inti dari perilaku konsumtif berbasis emosi sebagai bentuk respons terhadap pengalaman psikologis di masa kanak-kanak. Pendekatan ini dipilih karena dianggap mampu menggali aspek batin dan spiritual yang melatarbelakangi tindakan sehari-hari (Creswell & Poth, 2018; Moleong, 2019). Tujuan penelitian ini bukan untuk menghasilkan generalisasi, melainkan menafsirkan makna mendalam yang terkandung dalam pengalaman personal. Dengan demikian, metode ini memungkinkan pemahaman yang lebih utuh atas keterkaitan antara identitas, emosi, dan spiritualitas sebagai bagian dari dinamika subjektif yang kompleks (Smith et al., 2022).

Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai konten digital, termasuk unggahan di platform TikTok dan Instagram yang menggunakan tagar seperti #selfreward, #innerchildhealing, dan #innerchildcomingout, serta artikel populer dan video reflektif yang memuat kisah pengalaman pribadi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif terhadap narasi yang berkembang di media sosial dan platform daring lainnya. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengamati dinamika fenomena secara alami tanpa keterlibatan langsung dengan subjek (Creswell & Poth, 2018; Sugiyono, 2017). Pemilihan konten dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan relevansi dan kedalaman narasi, sebagaimana dianjurkan dalam strategi pengambilan sampel penelitian kualitatif (Bungin, 2017). Seluruh data kemudian dicatat dan dikelompokkan untuk dianalisis lebih lanjut, dengan penekanan khusus pada simbol-simbol ekspresif dan bahasa emosional yang merepresentasikan pengalaman batin individu.

Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologis, yang mencakup tahapan reduksi data, pengenalan tema-tema utama, serta penafsiran makna esensial dari narasi yang terkumpul (Wiranata, 2024). Setiap narasi dibaca berulang oleh peneliti untuk mengidentifikasi pola pengalaman yang konsisten dan bermakna, baik dari sisi psikologis maupun spiritual (Creswell & Poth, 2018). Tema-tema yang ditemukan kemudian dianalisis dalam kaitannya dengan proses pemulihan diri dan dimensi spiritual dalam praktik konsumsi. Penafsiran dilakukan secara reflektif agar dapat menggali pengalaman batin individu secara lebih mendalam, melampaui aspek perilaku konsumtif semata (Moleong, 2019). Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat memperluas perspektif tentang konsumsi dan proses penyembuhan dalam konteks kehidupan Muslim urban.

PEMBAHASAN

Konsumsi Emosional dan Proses Penyembuhan Inner Child

Konsep *inner child* telah menjadi fondasi emosional bagi berbagai bentuk konsumsi yang tidak hanya bersifat utilitarian, tetapi juga memiliki fungsi terapeutik. Banyak orang dewasa memilih membeli barang-barang yang dahulu tidak mereka miliki semasa kecil sebagai cara untuk menyembuhkan luka emosional yang belum tuntas (Jordan, 2025). Menurut Schwartz, pembelian barang yang membangkitkan kenangan masa kecil sering digunakan sebagai mekanisme *self-soothing* dalam menghadapi luka psikologis yang belum teratasi (Copley, 2024). Praktik ini termasuk dalam proses *reparenting*, yaitu usaha individu untuk memberikan kasih sayang dan perhatian kepada diri sendiri yang mungkin kurang mereka rasakan di masa lalu. Dalam konteks ini, konsumsi berperan sebagai media naratif yang menghubungkan masa lalu dengan upaya membangun kembali keutuhan diri di masa kini.

Salah satu narasi yang ditemukan di media sosial mengisahkan seorang perempuan berusia 27 tahun yang membeli perlengkapan sekolah bermerek sebagai bentuk pemenuhan atas impian masa kecil yang belum pernah terpenuhi. Dalam unggahan Instagram-nya, ia menyatakan bahwa tindakan tersebut merupakan “hadiah bagi anak miskin yang dulu adalah dirinya sendiri.” Kisah ini menunjukkan bahwa konsumsi bisa menjadi medium rekonsiliasi emosional dan pencarian identitas. Dalam perspektif fenomenologis, perilaku ini tidak semata dikategorikan sebagai konsumsi berlebihan, tetapi dipahami sebagai ekspresi subjektif yang sarat makna, berkaitan dengan luka psikologis di masa lalu. Dalam konteks ini, konsumsi emosional merefleksikan respons terhadap kerentanan batin yang mendalam dan karena itu, penting untuk ditelaah melalui lensa spiritual dan prinsip maslahat dalam kerangka ekonomi syariah.

Narasi semacam ini kerap dipengaruhi oleh tren *healing culture* dan retorika afirmatif yang marak di media sosial. Ungkapan seperti “kamu pantas mendapatkannya!” atau “ini hadiah karena telah bertahan sejauh ini” menjadi semacam mantra yang populer di kalangan generasi muda. Budaya tersebut menciptakan pembenaran moral untuk melakukan pembelian sebagai bentuk hak atas pemulihan emosional. Namun, tanpa disertai kesadaran spiritual dan pengelolaan finansial yang bijak, perilaku ini berisiko membentuk pola konsumsi kompensatif yang berulang dan merugikan. Dalam hal ini, ekonomi syariah berperan sebagai kerangka evaluatif yang menekankan prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan kebermanfaatan (*maslahah*), untuk menilai apakah konsumsi tersebut benar-benar mendukung proses penyucian jiwa (*tazkiyah al-nafs*) atau justru memperkuat ketergantungan emosional yang tidak sehat (M. U. (Muhammad U. Chapra, 2000).

Dalam Islam, aktivitas konsumsi dipandang bukan semata urusan ekonomi, melainkan juga merupakan bagian dari tanggung jawab spiritual dan etika moral. Yusuf al-Qaradawi (Al-Qaradawi, 1995). menegaskan bahwa perilaku konsumtif yang berlebihan—termasuk yang didorong oleh faktor emosional—dapat menghilangkan nilai sosial dan spiritual dari harta (barakah al-māl). Oleh karena itu, konsumsi yang berakar dari luka psikologis perlu diarahkan kembali dalam kerangka spiritual. Prinsip-prinsip seperti *tazkiyah an-nafs* (penyucian jiwa) dan *tawazun* (keseimbangan) menjadi landasan agar konsumsi tetap membawa manfaat (*maslahah*). Dalam ajaran Islam, penyembuhan batin lebih diutamakan melalui ibadah, introspeksi diri (*muhasabah*), dzikir, dan doa, bukan sekadar melalui pemenuhan kebutuhan material. Oleh karena itu, penting untuk membangun literasi terkait konsumsi emosional yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks ini, etika Islam dapat menjadi kontribusi yang signifikan sekaligus korektif terhadap pendekatan psikologi populer masa kini.

Self-reward sebagai Bagian dari Praktik Self-care

Self-reward kini dipahami sebagai salah satu bentuk *self-care* yang semakin populer, khususnya di kalangan Muslim perkotaan. Memberi hadiah kepada diri sendiri setelah melalui aktivitas yang menguras energi atau setelah meraih pencapaian tertentu dipandang sebagai bentuk penghargaan terhadap diri, upaya mengelola stres, dan menjaga keseimbangan mental. Meski mengandung nilai terapeutik, praktik ini juga memunculkan pertanyaan kritis dari sudut pandang Islam: apakah konsumsi tersebut benar-benar menghadirkan manfaat (*maslahah*), atau justru menjadi pelarian emosional yang berisiko jatuh pada perilaku pemborosan (*tabdzir*)?

Dalam ajaran Islam, aktivitas konsumsi senantiasa dikaitkan dengan niat (*niyyah*), kebermanfaatannya, serta dampak spiritual yang ditimbulkan. Seperti yang disampaikan oleh al-Qaradawi, niat menjadi faktor penentu apakah konsumsi tersebut mendekatkan seseorang kepada Allah atau sekadar mengikuti hawa nafsu (Al-Qaradawi, 1995). Apabila praktik *self-reward* dilakukan sebagai ungkapan rasa syukur atas nikmat dan usaha yang halal, maka ia dapat bernilai ibadah dan sejalan dengan tujuan syariat (*maqashid al-shariah*). Sebaliknya, jika didorong oleh pelarian emosi, kebutuhan eksistensial, atau keinginan tampil di hadapan publik, maka praktik tersebut perlu ditelaah secara kritis agar tidak menjauh dari prinsip *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa) dan *qana'ah* (kepuasan batin).

Kajian ini menggunakan pendekatan fenomenologis untuk menelusuri narasi-narasi di media sosial sebagai cerminan makna subjektif di balik perilaku konsumsi emosional. Frasa seperti "A gift for surviving the week" atau "I deserve this for everything I've been through" sering ditemukan dalam unggahan di TikTok dan Instagram, menunjukkan bahwa konsumsi tersebut dimaknai secara simbolik dan terapeutik, bukan sekadar bersifat utilitarian. Namun demikian, seperti yang dikemukakan oleh Chapra, konsep kesejahteraan dalam Islam tidak semata-mata didasarkan pada pemenuhan kebutuhan material, melainkan harus berpijak pada kebahagiaan spiritual dan kestabilan jiwa (M. U. (Muhammad U. Chapra, 2000). Oleh karena itu, tindakan konsumsi perlu diarahkan kembali kepada orientasi ukhrawi, agar tidak hanya menjadi kompensasi atas luka batin duniawi.

Apabila praktik *self-reward* dijalankan secara terus-menerus tanpa dilandasi kesadaran spiritual dan pengendalian finansial, maka ia berisiko berubah menjadi pola konsumsi kompensatif yang berulang. Monzer Kahf menegaskan bahwa dalam perspektif Islam, konsumsi seharusnya tidak terjebak dalam gaya hidup hedonistik atau dorongan untuk memenuhi "kebutuhan semu" yang muncul akibat tekanan psikologis maupun pengaruh sistem kapitalisme (Kahf, 2007). Oleh karena itu, konsep *self-care* dalam Islam tidak terbatas pada aktivitas konsumtif atau hiburan semata, melainkan juga mencakup praktik ibadah seperti dzikir, introspeksi diri (*muhasabah*), menjaga keseimbangan fisik melalui istirahat, serta mendekatkan diri kepada Allah (*taqarrub ilallah*).

Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas konsumsi dianggap sebagai bentuk ibadah apabila didasarkan pada kemanfaatan yang jelas (*manfa'ah*) serta diarahkan pada tujuan yang benar. Konsumsi yang mendukung pertumbuhan spiritual, menjaga keseimbangan jiwa, dan tidak melampaui batas merupakan cerminan prinsip moderasi dalam Islam. Sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-A'raf ayat 31, Allah memerintahkan untuk makan dan minum secukupnya tanpa berlebihan, karena Dia tidak menyukai orang yang melampaui batas (Az-Zuhaili, 2012). Pesan serupa juga terdapat dalam Surah Al-Isra ayat 26–27, yang melarang pemborosan dan menyamakan perilaku boros dengan perbuatan setan (Shihab, 2017). Oleh karena itu, praktik *self-*

reward perlu dipahami bukan sebagai dalih untuk berlebihan, melainkan sebagai sarana penyucian diri (*tazkiyah*) selama tetap terjaga dalam nilai *sakinah* dan keberkahan hidup.

Inner Child dan Self Reward dari Perspektif Pendidikan

Isu *inner child* dan *self-reward* dalam ranah pendidikan tidak dapat dilepaskan dari aspek spiritual dan etis, khususnya dalam pendidikan Islam. Luka batin masa kecil dapat berdampak pada perilaku serta emosi peserta didik, sehingga pendekatan pendidikan yang peka terhadap trauma menjadi relevan. Dalam ajaran Islam, pemulihan jiwa tidak cukup hanya mengandalkan intervensi psikologis, tetapi harus melalui proses *tazkiyatun nafs*—penyucian jiwa—yang mencakup kesadaran akan masa lalu, sikap memaafkan, dan taubat. Bila proses pendidikan diarahkan untuk membimbing siswa dalam memahami dan mengelola emosinya melalui pendekatan spiritual dan sosial, maka kegiatan belajar mengajar berubah dari sekadar transfer pengetahuan menjadi sarana pembentukan akhlak serta pemulihan jiwa. Pandangan ini sejalan dengan prinsip bahwa pendidikan idealnya mencakup seluruh dimensi manusia: fisik, intelektual, dan spiritual (Al-Attas, 1993).

Dengan cara yang sama, praktik *self-reward* dalam dunia pendidikan perlu ditempatkan dalam kerangka yang tidak sekadar berorientasi pada konsumsi atau kenikmatan sesaat. Tanpa disertai kesadaran spiritual dan pengelolaan keuangan yang bijak, *self-reward* berpotensi berubah menjadi bentuk pelarian emosional yang melahirkan pola konsumsi kompensatif. Monzer Kahf (2007) telah mengingatkan bahwa konsumsi dalam Islam harus dijauhkan dari ilusi kebutuhan semu dan pengaruh hedonisme kapitalistik. Oleh karena itu, konsep penghargaan diri dalam pendidikan idealnya diwujudkan secara lebih menyeluruh, seperti beristirahat dengan niat ibadah, memperbanyak dzikir, atau menjalani kegiatan yang menenangkan hati dan memberi nilai positif. Dalam pandangan ekonomi dan etika Islam, *self-reward* bukan sekadar pemuasan duniawi, melainkan bagian dari proses *tazkiyah* dan *muhasabah*—latihan pengendalian diri yang menumbuhkan rasa syukur serta menjauhkan dari perilaku berlebih-lebihan (*israf*). Dengan demikian, pendidikan yang ideal adalah pendidikan yang tidak hanya mencetak manusia yang cerdas secara intelektual, tetapi juga yang memiliki ketenangan batin (*sakinah*) dan keberkahan (*barakah*) dalam kehidupannya.

Antara Maslahat dan Israf: Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam fikih muamalah, Islam memandang konsumsi sebagai aktivitas yang mencakup aspek jasmani dan rohani secara terpadu. Menikmati sesuatu yang baik dan menyenangkan (*tayyibat*) diperkenankan, asalkan tidak melampaui batas kewajaran hingga jatuh pada sikap *ghuluw* (berlebihan) atau *israf* (pemborosan). Allah SWT berfirman: “Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS. Al-A’raf: 31). Dalam Tafsir Al-Wasith, dijelaskan bahwa perilaku berlebih-lebihan dikategorikan sebagai tindakan tercela karena keluar dari batas kebutuhan wajar dan mengganggu keseimbangan hidup (Az-Zuhaili, 2012).

Pelaksanaan *self-reward* sebagai bagian dari proses pemulihan psikologis dapat dianggap membawa kemaslahatan, selama memberikan dampak positif yang nyata bagi ketenangan batin (*sakinah*), meningkatkan motivasi hidup, serta tidak menimbulkan kerugian secara finansial maupun moral. Pandangan ini sejalan dengan prinsip *la dharara wa la dhirar*—larangan membahayakan diri sendiri maupun orang lain—dalam *maqashid syariah*. Dalam perspektif ini, konsumsi yang membantu menstabilkan emosi, meredakan stres, atau mempererat hubungan

sosial, dapat dimaknai sebagai bagian dari ibadah dalam ranah sosial (*muamalah*), bukan sekadar bentuk pelarian emosional.

Meski demikian, apabila konsumsi emosional dilakukan secara spontan, terus-menerus, dan tanpa kendali, maka praktik tersebut berpotensi melanggar prinsip *hifzh al-mal* (perlindungan terhadap harta) dan *hifzh an-nafs* (perlindungan jiwa). Aktivitas konsumsi seharusnya tidak dijadikan sebagai pengganti dari proses refleksi spiritual. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* menegaskan bahwa nafsu sering kali menyamarkan kebiasaan sebagai kebutuhan, padahal sesungguhnya itu merupakan bentuk pelarian dari kekosongan spiritual batin (Al-Ghazali, 2005).

Dalam ajaran Islam, perilaku israf tidak semata-mata dinilai dari besarnya jumlah pengeluaran, melainkan juga dilihat dari aspek tujuan, kemanfaatan, dan urgensinya. Tindakan membeli barang mahal sebagai bentuk pemanjaan terhadap "anak dalam diri" berpotensi menjadi tindakan mubazir apabila tidak disertai pertimbangan nilai dan manfaat jangka panjang. Bahkan, perilaku tersebut dapat tergelincir menjadi bentuk riya' atau ajang unjuk status di media sosial, yang bertentangan dengan nilai keikhlasan dan sikap qana'ah (merasa cukup). Allah SWT telah mengingatkan dalam firman-Nya: "Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan." (QS. Al-Isra: 26-27). Menurut Tafsir Al-Misbah, orang-orang yang menghabiskan harta bukan pada tempatnya memiliki karakteristik yang serupa dengan setan, karena mereka berpaling dari ketaatan kepada Allah (Shihab, 2016).

Etika konsumsi dalam ekonomi Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek spiritual dan fisik, serta mengarahkan tujuan hidup kepada orientasi akhirat. Praktik *self-reward* idealnya menjadi sarana untuk memperkuat rasa syukur, memperdalam tawakkal, serta mendorong refleksi diri (*muhasabah*), bukan semata-mata pelampiasan terhadap luka emosional yang bersifat duniawi. Seperti yang ditegaskan oleh M. U. Chapra (1992), inti dari sistem ekonomi Islam bukan terletak pada pemenuhan konsumsi, melainkan pada proses penyucian jiwa (*tazkiyah*) dan pembentukan masyarakat yang adil dan bermoral. Oleh sebab itu, setiap tindakan konsumsi dalam konteks *self-reward* perlu diawali dengan perenungan: apakah hal ini mendekatkan diri kepada Allah atau justru menjauhkan? Bila jawabannya mendekatkan, maka konsumsi tersebut memiliki nilai maslahat dan termasuk ibadah. Namun, bila tidak, sebaiknya ditahan atau dialihkan ke bentuk lain yang lebih bermakna. Dengan pendekatan ini, Islam tidak hanya mengatur apa yang boleh dikonsumsi, tetapi juga menuntun umat pada alasan dan cara mengonsumsi yang benar.

Konsep Healing yang Barokah

Dalam pandangan Islam, konsep *healing* tidak semata-mata diartikan sebagai pemulihan luka emosional, melainkan merupakan perjalanan kembali kepada fitrah dan mempererat ikatan spiritual dengan Allah SWT. Proses ini disebut *tazkiyah an-nafs* (penyucian jiwa), yang mencakup amalan seperti merenung (*tafakur*), salat malam (*qiyamullail*), serta bersedekah. Allah SWT berfirman: "Sungguh beruntung orang yang menyucikan jiwanya, dan sungguh rugi orang yang mengotorinya." (QS. Asy-Syams: 9-10). Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa ayat ini menunjukkan kerugian bagi jiwa yang diabaikan dan disesatkan hingga jauh dari petunjuk Allah, sehingga terjerumus dalam maksiat (Al-Mubarakfuri, 2000). Oleh karena itu, *self-reward* tidak seharusnya dipahami sebagai aktivitas konsumtif yang terpisah, melainkan perlu terintegrasi dalam proses *tazkiyah* yang mendalam. Dengan cara ini, konsumsi yang dimaksudkan untuk

penyembuhan batin tidak hanya menghasilkan kebahagiaan sementara, tetapi juga menciptakan ketenangan spiritual yang sejati.

Pola konsumsi *healing* dalam perspektif Islam idealnya berlandaskan pada nilai-nilai *halal*, *thayyib*, dan *maslahat* secara menyeluruh. Prinsip ini menekankan bahwa konsumsi bukan hanya harus sah menurut hukum syariat, tetapi juga memberikan manfaat serta menjaga kebersihan jiwa dan raga (Sahib & Ifna, 2024). Allah SWT berfirman: "Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah : 168). Dalam *Shafwatut Tafasir*, dijelaskan bahwa perintah ini mencakup anjuran untuk mengonsumsi sesuatu yang dihalalkan oleh Allah dan bermanfaat bagi tubuh maupun akal, serta tidak membahayakan (Ash-Shabuni, 2020).

Barang atau layanan yang dikonsumsi sebagai bentuk *self-reward* idealnya tidak hanya memberikan kepuasan emosional, tetapi juga selaras dengan prinsip *halal* dan *thayyib*, sebagaimana dijelaskan dalam tafsir Al-Qur'an—yakni sesuatu yang baik secara fisik dan spiritual serta tidak membawa dampak negatif bagi tubuh maupun jiwa (Syaifullah et al., 2025). Contoh praktik *healing* yang lebih mendalam dan sesuai syariat antara lain membeli jurnal untuk refleksi diri, buku-buku pengembangan pribadi, atau menghadiri majelis ilmu. Islam mengajarkan cinta terhadap diri sendiri melalui jalan perbaikan dan peningkatan kualitas hidup, bukan sekadar pelampiasan emosi sesaat. Dalam hal ini, konsep *barokah* menjadi parameter penting dalam konsumsi: apakah hal yang dibeli membawa manfaat berkelanjutan dan keberkahan, atau justru mengurangi nilai hidup yang hakiki.

Media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk wacana *healing*, khususnya di kalangan generasi muda yang secara emosional masih labil. Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan konten yang tidak hanya mengedepankan afirmasi psikologis, tetapi juga seimbang dengan nilai-nilai spiritual (Tamami, 2024). Jika tidak diimbangi, tren ini berpotensi mendorong gaya hidup konsumtif dan berorientasi pada kesenangan duniawi, yang bertentangan dengan ajaran Islam mengenai kesederhanaan dan keberkahan. Nabi Muhammad SAW bersabda: "Bukanlah kekayaan itu karena banyaknya harta, akan tetapi kekayaan itu adalah kaya hati." (HR. Bukhari No.5965, Muslim No.1741, Sunan Tirmidzi No.2295, Sunan Ibnu Majah No.4127, dan Musnad Ahmad No.7015). (HaditsSoft, 2018)

Karena itu, diperlukan gerakan sosial yang menggabungkan afirmasi psikologis dengan nilai spiritual, misalnya melalui kampanye seperti "self-reward yang membawa berkah," "healing tanpa berlebihan," atau "memanjakan diri dengan cara yang halal dan bernilai ibadah." Di samping itu, pendidikan keuangan berbasis syariah juga sebaiknya mencakup dimensi konsumsi emosional, agar generasi Muslim dapat menyikapi luka batin dengan bijak tanpa terperosok dalam pola hidup materialistik. Integrasi antara literasi spiritual dan literasi keuangan menjadi kunci dalam membentuk pola konsumsi yang seimbang, sehat, dan berorientasi pada kehidupan akhirat.

Pada akhirnya, bentuk konsumsi *healing* yang membawa keberkahan adalah yang mampu mendekatkan seseorang kepada Allah, bukan yang justru menjerumuskannya dalam upaya pencitraan atau pelarian diri. Dalam ajaran Islam, kenikmatan duniawi diposisikan sebagai sarana untuk meraih kebajikan spiritual, bukan sebagai tujuan hidup yang utama (Hafidhuddin, 2021). Oleh karena itu, praktik *self-reward* hendaknya dilandasi oleh niat ibadah dan pertimbangan kemaslahatan, bukan semata-mata sebagai luapan emosi. Saat seseorang membeli sesuatu sebagai bentuk penyembuhan luka batin, ia perlu merefleksikan: "Apakah ini benar-benar

menyehatkan jiwaku, atau hanya memberi kepuasan sesaat bagi egoku?" Dengan cara pandang ini, self-reward bisa menjadi bagian dari proses penyucian jiwa, bukan sekadar pelarian emosional. Kesadaran semacam ini menjadikan self-reward tidak hanya sesuai dengan syariat, tetapi juga memperdalam dimensi spiritual dalam kehidupan.

KESIMPULAN

Maraknya praktik self-reward di kalangan Muslim perkotaan mencerminkan kebutuhan untuk menyembuhkan luka batin, namun hal ini perlu diarahkan dengan perspektif spiritual agar tidak berubah menjadi bentuk pelarian emosional semata. Dalam pandangan ekonomi syariah, self-reward hanya bernilai ibadah apabila dilandasi niat yang benar dan terbebas dari unsur pemborosan (israf). Oleh karena itu, pertimbangan antara maslahat dan israf sangat krusial untuk menentukan apakah praktik tersebut mendukung tujuan-tujuan syariat (maqashid syariah) atau justru bertentangan dengannya. Maka, bentuk healing yang diberkahi seharusnya berwujud konsumsi yang halal, baik (thayyib), dan mampu mempererat kedekatan dengan Allah, bukan sekadar pengisi kekosongan emosional.

Penerapan self-reward bagi seorang Muslim sebaiknya dilakukan dalam bingkai tazkiyah dan rasa syukur, bukan sekadar sebagai respons emosional yang spontan. Konsumsi yang bertujuan untuk healing perlu dirancang dengan mempertimbangkan niat, manfaat konkret, serta dampaknya terhadap kondisi spiritual dan keuangan pribadi. Pemahaman tentang maqashid syariah perlu diperluas ke dalam bidang psikologi dan gaya hidup, agar masyarakat dapat membedakan antara perilaku konsumtif yang tidak produktif dan tindakan yang benar-benar membawa maslahat. Di samping itu, penting untuk membangun ekosistem literasi spiritual dan finansial yang mendukung narasi healing islami melalui media sosial, sistem pendidikan, serta komunitas yang menjunjung nilai keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali. (2005). *Ihya' Ulumuddin (Vol. 3)*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Mubarakfuri, S. S. (2000). *Al-Misbaahuk Muniir fii Tahdziibi Tafsiri Ibni Katsiir*. Daarus Salaam Lin Nasyr wat Tauzi'.
- Al-Qaradawi, Y. (1995). *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*. Maktabah Wahbah.
- Al-Qaradawi, Y. (2000). *Fiqh al-Zakah. A Comparative Study of Zakah, Regulations and Philosophy in The Light of Qur'an dan Sunnah (Vol. 1)*. Scientific Publishing Centre King Abdulaziz University. https://iei.kau.edu.sa/Files/121/Files/152672_34-A-FiqhAlZakah-Vol-I.pdf
- Ash-Shabuni, S. M. A. (2020). *Shafwatut Tafasir: Tafsir-tafsir Pilihan (Jilid 1)*. Pustaka Al-Kautsar.
- Az-Zuhaili, W. (2012). *Tafsir Al-Wasith Jilid 1 (Al-Fatihah—At-Taubah)*. Gema Insani.
- Bungin, B. (2017). *Buku Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. RajaGrafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/metodologi-penelitian-kualitatif-burhan-bungin/>
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. The Islamic Foundation.

- Chapra, M. U. (Muhammad U. (2000). *The future of Islamic economics: An Islamic perspective*. Universitas Indonesia Library; Islamic Foundation. <https://lib.ui.ac.id>
- Copley, L. (2024, March 29). Reparenting: Seeking Healing for Your Inner Child. *PositivePsychology.Com*. <https://positivepsychology.com/reparenting/>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Dwinanda, R. (2024, February 12). *Sudah Punya Uang Sendiri, Jangan Sampai Kena Masalah Finansial dengan Turut*. Republika Online. <https://republika.co.id/share/s8qyma414>
- Efendioğlu, İ. H. (2022). *The Impact of Conspicuous Consumption in Social Media on Purchasing Intentions* (arXiv:2205.12026). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.12026>
- HaditsSoft. (2018). *HaditsSoft 4.0* (Version 4.0) [Computer software]. Home Sweet Home. <https://haditssoft.software.informer.com/>
- Hafidhuddin, D. (2021, August 1). *Konsumsi Halal Mengawal Etika Dan Moral Sosial | Lembaga Periksa Halal (LPH) LPPOM Sertifikasi Halal*. <https://halalmui.org/konsumsi-halal-mengawal-etika-dan-moral-sosial/>
- Jordan, R. (2025, March 11). Unlocking Childlike Joy. *Matone Counseling & Testing*. <https://matonecounseling.com/foster-emotional-healing-and-self-discovery-by-reconnecting-with-the-inner-child/>
- Kahf, M. (2007). *Islamic Economics, What Went Wrong?*
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Preece, C., Kerrigan, F., & O'Reilly, D. (2024). Theorizing Regressive Nostalgia: Understanding Exclusionary Consumers as a Brand Threat. *International Journal of Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.09.006>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Schwartz, A. (2017, February 26). *Complex PTSD Preverbal Memories*. <https://drarielleschwartz.com/complex-ptsd-preverbal-memories-dr-arielle-schwartz/>
- Shihab, M. Q. (2016). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 4). Lentera Hati. <https://dn720209.ca.archive.org/0/items/etaoin/Tafsir%20Al-Mishbah%20Jilid%2007%20-Dr.%20M.%20Quraish%20Shihab.pdf>
- Shihab, M. Q. (2017). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (3rd ed., Vol. 7). Lentera Hati. <https://dn720209.ca.archive.org/0/items/etaoin/Tafsir%20Al-Mishbah%20Jilid%2007%20-Dr.%20M.%20Quraish%20Shihab.pdf>
- Siddiqi, M. N. (2010). Maqasid-e Shari'at (Objectives of the Shariah). *J.KAU: Islamic Econ*, 23(2).

- Siddiqi, M. N. (with Internet Archive). (1981). *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*. International Centre for Research in Islamic Economics, King Abdul Aziz University. <http://archive.org/details/muslimeconomicth0000sidd>
- Sinha, E. (2025, January 30). *How Gen Z's Spending Habits Reflect Healing The Inner Child*. Elle India. <https://elle.in/life-culture/how-gen-zs-spending-habits-reflect-healing-the-inner-child-8664086>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2022). *Interpretative Phenomenological Analysis* (2nd ed.). SAGE Publications Ltd. https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/interpretative-phenomenological-analysis/book250130?utm_source#preview
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Syaifullah, I. A., Sulthoni, A., & Saputra, A. (2025). Konsep Makanan Halal, Thayyib, dan Haram dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir Asy-Sya'rawi. *Ushuly: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 4(1), 21–41. <https://doi.org/10.52431/ushuly.v4i1.2998>
- Syaikh, A. bin M. bin A. bin I. A. (2008). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 5*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Tamami, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Emosi Remaja. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(2), Article 2.
- Weaver, S. T., Moschis, G. P., & Davis, T. (2011). Antecedents of Materialism and Compulsive Buying: A life Course Study in Australia. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 19(4), 247–256. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.04.007>
- Wiranata, I. M. A. (2024). *Metodologi Penelitian Fenomenologi: Pendekatan Husserlian dan Heideggerian*. Jejak Pustaka.