

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Self Reward*

1. Pengertian *Self Reward*

Istilah *self-reward* berasal dari kata *self* yang berarti diri sendiri dan *reward* yang berarti penghargaan atau hadiah. Dalam bahasa Inggris, *Reward* dapat diartikan sebagai pahala, upah, hadiah, atau imbalan, tergantung pada konteks penggunaannya. *Reward* merupakan suatu cara di mana seseorang memberikan penghargaan kepada diri sendiri atau orang lain sebagai bentuk apresiasi atas keberhasilan atau pencapaian tertentu. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan semangat dan motivasi dalam menjalankan tugas berikutnya sehingga proses kerja menjadi lebih baik dan hasil yang diharapkan dapat tercapai.¹

Secara khusus, *self-reward* mengacu pada pemberian hadiah kepada diri sendiri setelah berhasil mencapai suatu tujuan. *Self-reward* juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memotivasi diri kita sendiri. Bentuk *self-reward* sangat bervariasi, bisa berupa penghargaan material seperti membeli barang atau tiket konser, maupun non-material seperti pergi ke salon, melakukan perawatan spa, makan makanan favorit, atau bahkan menyediakan waktu khusus untuk beristirahat secara total.²

¹Silvia Anggraini, "Analisis Dampak Pemberian *Reward And Punishment* Bagi Siswa SD Negeri Kaliwiro Semarang" *Jurnal Mimbar PGSD Undiksha*, (2019), hlm. 223.

²Aftian Nur Oktavia, dkk., "Strategi *Self Reward* dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Tingkat Sekolah Menengah Atas" *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, (2023), hlm. 84-85.

Dampak positif *self-reward* dapat dijelaskan melalui konsep *positive reinforcement* dalam teori *Operant Conditioning* yang dikemukakan oleh B.F. Skinner. Penguatan positif (*positive reinforcement*) adalah suatu stimulus yang meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku yang diinginkan dengan memberikan penghargaan. Skinner menekankan bahwa *reward* atau *reinforcement* merupakan unsur penting dalam proses belajar karena manusia akan cenderung mengulangi perilaku yang mendapatkan penghargaan atau penguatan.³

Artinya, ketika seseorang diberi penghargaan atas perilaku atau pencapaian tertentu, individu tersebut akan termotivasi untuk melakukan hal serupa di masa depan hingga menjadi kebiasaan.⁴ *reward* juga sering digunakan untuk memotivasi karyawan agar produktivitas kerja meningkat, dan bentuk penghargaan ini sangat beragam, baik berupa materi maupun non-materi.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-reward* adalah suatu bentuk pemberian apresiasi terhadap diri sendiri atas pencapaian yang telah diperoleh. *Self-reward* tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penghargaan, tetapi juga sebagai motivasi untuk terus semangat mencapai tujuan berikutnya. *Self-reward* sangat bermanfaat jika digunakan dengan tepat, dengan *self-reward* kita bisa lebih termotivasi atas pencapaian kita, atau bisa

³Yuliana Lu Dan Yenni Ana Hamu, "Teori Operant Conditioning Menurut Burrhusm Frederic Skinner", *Jurnal Arrabona*, Vol. 5 No 1, (2022), Hlm. 26-27.

⁴Lendy Irawan, Dkk., " Hubungan Pemberian Penghargaan (*Reward*) Dengan Kinerja Pegawai Dinas Pariwisata Kota Samarinda" *Jurnal Administrasi Negara*, (2022), Hlm. 9509.

juga digunakan untuk mengobati rasa lelah kita setelah cape seharian berkerja, atau bahkan bisa juga untuk memotivasi kita agar lebih bersemangat dalam mengapai tujuan kita. Dengan demikian, *self-reward* memiliki banyak manfaat positif apabila dilakukan secara tepat.

2. Faktor Pendorong *Self Reward*

Self-reward tidak mungkin hadir dengan sendirinya tanpa ada penyebab yang ada. Banyak faktor yang mendukung seseorang untuk melakukan *self-reward* dalam hidupnya, beberapa faktor diantaranya yaitu; pertama faktor wujud seseorang mencintai diri sendiri. Dengan seseorang mencintai diri sendiri ia akan rela melakukan suatu hal untuk membahagiakan dirinya sendiri.⁵ Bahagia merupakan perasaan yang ada dan timbul dari diri kita sendiri, sehingga kebahagiaan seseorang dimulai dari dirinya sendiri, tidak dari orang lain. Orang lain adalah faktor pendukung seseorang merasa bahagia.

Kedua yaitu faktor *positive reinforcement*. *Positive reinforcement* adalah suatu kegiatan memberikan perasaan yang menyenangkan saat perilaku diharapkan muncul dengan tujuan agar perilaku tersebut dilakukan lagi secara konsisten . Berdasarkan teori pengkondisian operan B.F. Skinner. Bentuknya bisa berupa pujian, nilai tambah, hadiah, atau pangkuan.⁶ Seseorang cenderung melakukan suatu hal karena ada iming-iming tertentu, dan hal

⁵Renda Trinanda Nurbaiti dan Muhamad Uyun, "Impact of Self-Reward Understanding and Stress Coping Strategies on Student Success in Completing Final Project" *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 11 No 4, (2024), hlm. 570.

⁶Yuliana Lu Dan Yenni Ana Hamu, "Teori Operant Conditioning Menurut Burrhusm Frederic Skinner", *Jurnal Arrabona*, Vol. 5 No 1, (2022), Hlm. 28.

tersebut akan mendorong seseorang untuk giat melakukan pekerjaan mereka.

Faktor ketiga seseorang bisa melakukan *self-reward* adalah untuk menjaga kesehatan mental mereka.⁷ Membagikan hal-hal yang menunjang kesehatan diri baik mental ataupun jiwa ialah sesuatu wujud rasa cinta dan menghargai diri kita. Hidup dalam perkembangan zaman akan menimbulkan banyak-nya perubahan-perubahan aktivitas hidup manusia, adanya hal tersebut akan mempengaruhi diri seseorang salah satunya yaitu mengenai kesehatan mental.

Faktor terakhir adalah gaya hidup. Gaya hidup adalah pola atau cara individu menjalani kehidupan sehari-hari yang mencakup aktivitas, minat, opini, kebiasaan, pilihan, dan cara mereka menghabiskan waktu serta uang, mencerminkan nilai, prioritas, dan kepribadian mereka, serta dipengaruhi oleh faktor pribadi, sosial, ekonomi, dan lingkungan. Ini adalah ekspresi diri yang dapat dilihat dari cara berpakaian, pola makan, hobi, interaksi sosial, hingga pilihan produk konsumsi. Gaya hidup mempraktekkan karakter seseorang yang tercipta dari proses interaksi sesoail ketika seorang menjalani sesuatu siklus kehidupannya. Gaya hidup elegan akan pengaruhi sikap dan kebiasaan sesorang demikian juga kebalikanya. Ketika seorang gampang melaksanakan sesuatu atau gaya hidupnya bebas maka dia akan dengan gampangnya melakukan *self-reward*.⁸

⁷Giovanny Anggasta Dan Diana Guretti Gita Puspitasari, " Implikasi Budaya *Self-Reward* Terhadap Konsumtivitas : Studi Kasus Gen-Z", *Jurnal Media Akademik*, Vol. 2 No 12, (2024), Hlm. 3.

⁸Desy Wahyuningsari, Dkk., "Maraknya Hedonisme Berkedok *Self Reward*", *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, Vol. 2 No 1, (2022), Hlm. 8.

Jadi, dapat disimpulkan *self-reward* tidak terjadi tanpa sebab, melainkan didorong oleh beberapa faktor utama, yaitu sebagai wujud cinta terhadap diri sendiri, penerapan positive reinforcement untuk memotivasi perilaku agar dilakukan secara konsisten, serta upaya menjaga kesehatan mental di tengah dinamika perubahan zaman. Selain itu, gaya hidup seseorang juga sangat memengaruhi kebiasaan ini, di mana pola dan kebiasaan hidup sehari-hari dapat mendorong atau memudahkan seseorang untuk memberikan penghargaan kepada diri sendiri.

3. Faktor Penghambat *Self Reward*

Ada beberapa faktor penghambat self reward, yakni sebagai berikut;

a. Merasa Bersalah atau Tidak Layak

Perasaan bersalah (*guilt*) dan tidak layak adalah penghalang psikologis yang signifikan. Merasa bersalah atau tidak layak merupakan emosi umum, tapi jika berlebihan bisa jadi tanda psikologis. Hal ini sering berakar dari standar pribadi yang terlalu tinggi atau keyakinan bahwa *self-reward* adalah bentuk keegoisan atau bahkan trauma, yang memicu rasa tidak pantas bahagia dan terus menyalahkan diri sendiri. Individu dengan harga diri rendah (*low self-esteem*) atau *impostor syndrome* cenderung kesulitan menerima pencapaian mereka sebagai hal yang valid, sehingga menghambat mereka untuk memberikan apresiasi.⁹

⁹Defalia Widamutia, Dkk., "The Role of Self-Reward In Boosting Performance and Mental Well-Being For Remote Generation Z Workes", *International Journal of Economic Literature*, Vol. 3 No 1, (2025), Hlm. 292.

b. Masalah Manajemen Uang

Self reward atau penghargaan diri sejatinya bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan apresiasi atas usaha yang dilakukan. Namun, seringkali *self-reward* berubah menjadi bumerang finansial akibat beberapa faktor salah satunya masalah manajemen uang. Ketidakmampuan mengelola keuangan adalah penghambat praktis. Banyak orang salah mengartikan *self-reward* sebagai pembelian impulsif atau hedonisme semata. Kurangnya perencanaan anggaran yang jelas untuk pos "apresiasi diri" menyebabkan konflik internal saat ingin mengeluarkan uang. Alih-alih merasa senang, yang muncul justru rasa cemas finansial yang menghambat proses apresiasi diri secara sehat.¹⁰

c. Tidak Tahu Bentuk *Reward* yang Pas

Faktor penghambat utama dalam memberikan *self-reward* seringkali berakar dari kebingungan dalam menentukan bentuk yang tepat, yang kemudian memicu rasa bersalah atau ketidakstabilan finansial. *Self-reward* tidak selalu harus mahal. Penghambat muncul ketika seseorang hanya mengasosiasikan *reward* dengan hal materialistis (*gadget* baru, liburan mahal). Keterbatasan wawasan tentang bentuk *reward* non-materiil seperti waktu istirahat berkualitas, menekuni hobi, atau sesi meditasi menyebabkan proses *self-reward* terasa memberatkan, tidak praktis, atau kurang menarik. Selain itu, kesulitan mengenali apa yang sebenarnya dibutuhkan tubuh dan pikiran

¹⁰Chandra Kurniawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa", *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13 No 4, (2019), Hlm. 111.

membuat seseorang memilih bentuk penghargaan yang salah atau tidak memberikan dampak positif.¹¹

Dari beberapa faktor di atas dapat disimpulkan bahwa hambatan dalam memberikan *self-reward* umumnya berakar dari tiga faktor utama, yakni psikologis, finansial, dan pemahaman konsep. Secara psikologis, rasa bersalah dan perasaan tidak layak yang dipicu oleh *low self-esteem* atau *impostor syndrome* membuat seseorang kesulitan untuk mengapresiasi pencapaiannya sendiri. Dari segi praktis, kurangnya manajemen keuangan yang baik dapat mengubah *self-reward* menjadi beban atau kecemasan akibat pembelian yang impulsif. Selain itu, pemahaman yang keliru dengan selalu mengasosiasikan penghargaan diri pada hal-hal material yang mahal turut membuat proses ini terasa memberatkan dan tidak efektif untuk memenuhi kebutuhan tubuh serta pikiran.

4. Bentuk Perilaku *Self Reward*

Self-reward merupakan suatu metode seseorang untuk mengaktualisasi konsep menyayangi diri sendiri. Wujud *self-reward* dapat beragam, mulai dari yang bersifat no materi sampai bersifat materi. Sebagian wujud dari *self-reward* adalah sebagai berikut.

a. Menyediakan waktu untuk sendiri

Seorang individu jika diibaratkan suatu barang atau alat pasti membutuhkan baterai atau energi untuk dirinya. Memberikan waktu untuk diri sendiri atau biasa disebut dengan *Me Time* adalah cara optimal untuk mengistirahatkan

¹¹Nur Afizah, Dkk., "Reward Sebagai Alat Motivasi dalam Konteks Pendidikan; Tinjauan Literatur", *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8 No 1, (2024), Hlm. 4307.

badan serta memberi ketenangan badan. *Me time* adalah waktu yang disengaja untuk diri sendiri, terlepas dari tuntutan dan gangguan luar, untuk melakukan aktivitas yang disukai demi relaksasi, pemulihan energi, refleksi diri, dan pengisian kembali kesehatan mental serta fisik, yang esensial untuk keseimbangan hidup dan mencegah *burnout*. Beberapa aktivitas yang bisa dilakukan saat *Me Time* bisa dengan olahraga, bermain game, menonton film, membaca buku, memasak, jalan-jalan dan lain-lain.¹²

b. Liburan

Kegiatan liburan atau biasa disebut dengan Holiday ini menjadi salah satu *self-reward* terbaik untuk diri sendiri. Selain istilah holiday generasi muda sekarang sering menyebutnya dengan istilah Healing yang berarti penyembuhan. Liburan adalah waktu jeda atau istirahat dari rutinitas sehari-hari seperti pekerjaan atau sekolah, yang digunakan untuk relaksasi, rekreasi, perjalanan, atau berkumpul dengan keluarga/teman guna memulihkan fisik dan mental, serta menciptakan pengalaman baru yang menyenangkan. Seseorang akan melepaskan penat akan kesibukan sehari-harinya dengan berlibur. Liburan pun tidak harus dengan cara yang mewah, bisa dengan cara sederhana. Secara umum, liburan bisa berarti pergi ke suatu tempat atau tetap di rumah

¹²Syaukul Ula, Dkk., "Konsep *Self Reward* Dalam Al-Qur'an (Kajian Tematik)", *Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*, Vol. 6 No 1, (2024), Hlm. 107.

atau disebut *staycation* untuk menghindari tekanan dan mengisi kembali energi.¹³

c. Berbelanja

Berbelanja adalah aktivitas mencari dan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, atau sebagai kegiatan rekreasi, yang melibatkan proses pertimbangan, pemilihan, dan pengambilan keputusan pembelian, bisa dilakukan secara langsung di toko atau online. Berbelanja juga merupakan kegiatan yang bisa dilakukan saat seseorang merasa dirinya lelah akan kesibukan. Mengonsumsi suatu barang atau jasa memang menjadi rutinitas seseorang manusia, dan hal tersebut bisa menjadi salah satu referensi seseorang dalam memberikan *self-reward* nya.¹⁴ Bisa dengan membeli barang *favorite*, membeli makan yang diinginkan atau membeli sesuatu yang sudah diidam-idamkan dari lama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manusia juga memerlukan pemulihan energi yang dapat dipenuhi melalui berbagai bentuk *self-reward*, seperti *me time*, liburan, dan berbelanja. *Me time* merupakan waktu khusus yang disengaja untuk beristirahat dan memulihkan kesehatan mental serta fisik melalui berbagai kegiatan santai guna mencegah *burnout*. Sementara itu, liburan atau *healing*—baik dengan bepergian maupun *staycation*—menjadi salah satu bentuk penghargaan

¹³Annisa Mutohharah, "Self Healing: Terapi Atau Rekreasi?", *Journal Of Sufism And Psychotherapy*, Vol. 2 No 1, (2022), Hlm. 76.

¹⁴Zevica Rafisna dan Gita W. Laksamini Soerjoadmodjo, "Belanja untuk Menghadiahi Diri Sendiri", *Researchgate*, Vol. 1 No 41, (2019), Hlm. 3.

diri terbaik untuk melepaskan penat dari rutinitas sehari-hari. Di samping itu, berbelanja untuk membeli barang atau makanan yang diidam-idamkan juga efektif sebagai bentuk apresiasi untuk mengembalikan semangat setelah lelah beraktivitas.

B. *Sandwich Generation*

1. Pengertian *Sandwich Generation*

Generasi *sandwich* merujuk pada kelompok individu yang memiliki tanggung jawab simultan untuk merawat orang tua lanjut usia sekaligus mendukung kebutuhan anak-anak atau anggota keluarga lainnya.¹⁵ Kondisi ini sering menimbulkan tekanan emosional dan finansial yang signifikan, sehingga berpotensi menyebabkan stres berkepanjangan.¹⁶

Istilah generasi *sandwich* pertama kali diperkenalkan oleh Dorothy A. Miller dalam jurnal berjudul *The Sandwich Generation: Adult Children of The Aging* pada tahun 1981. Miller, yang merupakan profesor sekaligus direktur praktikum di Universitas Kentucky, menjelaskan bahwa generasi *sandwich* adalah mereka yang memiliki tanggung jawab ganda untuk menghidupi dua generasi, yaitu orang tua atau mertua sebagai generasi atas dan anak-anak atau saudara sebagai generasi bawah.¹⁷

¹⁵Sabrina Yunita Damayanti, "Tantangan Generasi *Sandwich* Dalam Pertumbuhan Masa Dewasa Awal", *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, Vol. 10 No 5, (2025), Hlm. 543.

¹⁶Daton Ardyanto, dkk., "Tantangan dan Solusi Generasi *Sandwich*: Mengelola Tekanan Finansial dan Emosional", *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 1 No 1 (2024). Hlm. 31.

¹⁷Nuryasman MN dan Elizabeth Elizabeth, "Generasi *Sandwich*: Penyebab Stres Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Keuangan", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 28 No 1, (2023), Hlm. 20-21.

Secara umum, generasi *sandwich* adalah individu yang berada di antara dua generasi dan memikul tanggung jawab besar untuk merawat orang tua yang menua serta mengurus anak-anak atau anggota keluarga lainnya.¹⁸ Mereka sering tinggal satu atap dengan keluarga yang mereka tanggung. Meskipun menghadapi beban berat, generasi *sandwich* cenderung menunjukkan ketangguhan mental yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lain, sebagai hasil dari pengalaman dan dinamika kehidupan yang mereka lalui.¹⁹

Dalam aspek finansial, generasi *sandwich* menanggung beban keuangan tiga generasi sekaligus: diri sendiri, orang tua, dan anak atau saudara yang menjadi tanggungannya.²⁰ Analogi roti lapis sering digunakan untuk menggambarkan posisi generasi *sandwich*, di mana orang tua merupakan lapisan atas, anak atau saudara sebagai lapisan bawah, dan diri sendiri sebagai isi di tengah roti tersebut.²¹ Kondisi ini menggambarkan besarnya beban yang harus dipikul oleh generasi *sandwich*.

Kesimpulannya, generasi *sandwich* menghadapi tantangan besar dalam menanggung biaya hidup dan merencanakan masa depan, mencakup pendidikan, kesehatan, karir, perumahan, dan

¹⁸Ferlistya Pratika Rari, Dkk., "Perbandingan Tingkat Kebahagiaan Antara Generasi *Sandwich* Dan Non-Generasi *Sandwich*", *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, Vol. 6 No 1, (2022), Hlm. 2.

¹⁹Riesa Rahmawati Siddik, Dkk., "Sosialisasi Dan Pendampingan Terhadap Generasi *Sandwich* Untuk Meningkatkan *Self-Care Management* Pada Wanita Bekerja Di Alahan Panjang, Sumatera Barat" *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 6 No 1, (2022), Hlm. 34.

²⁰Indah Puji Rahayu Dan Hastuti Rifayani, "Penerimaan Diri Pada Generasi *Sandwich*" *Journal Of Creative Student Research (Jcsr)*, Vol. 2 No 2, (2024), Hlm. 70.

²¹Andi Tenri Yeyeng Dan Nurul Izzah, "Fenomena *Sandwich Generation* Pada Era Modern Kalangan Mahasiswa; Analisis Fikih Kontemporer", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*, Vol. 4 No 2, (2023), Hlm. 305.

pernikahan. Mereka juga sering harus membantu membiayai kebutuhan saudara atau melunasi hutang keluarga. Oleh karena itu, kestabilan finansial menjadi sangat penting, terutama karena pengeluaran terbesar biasanya terkait biaya kesehatan orang tua lanjut usia. Selain itu, kebutuhan pendidikan anak yang meningkat serta pengeluaran sehari-hari seperti pangan, sandang, dan tabungan darurat juga menambah beban pengeluaran yang harus dikelola dengan baik oleh generasi *sandwich*.

2. Kategori *Sandwich Generation*

Terdapat tiga kategori *generasi Sandwich* yaitu tipe *traditional*, *club* dan *open faced*.

a. *The traditional Sandwich Generation*

Adalah mereka yang berada dalam peran klasik sebagai penjepit. Mereka ini umumnya orang dewasa berusia 40-an hingga awal 50-an yang tenaganya terbagi sangat jelas antara merawat orang tua yang sudah menua (baik secara finansial maupun pendampingan) dan sekaligus masih harus membiayai serta membesarkan anak-anak mereka yang masih butuh dukungan penuh untuk sekolah, kuliah, atau di awal karir. Mereka seringkali menghadapi tekanan ganda dalam hal waktu, energi, dan keuangan untuk memenuhi kebutuhan para tanggungnya, yang dapat menyebabkan stres dan kelelahan fisik maupun mental.²²

²²Maghriza Novita Syahti, dkk., "Strategi *Sandwich Generation* Dalam Menjalankan Perannya", *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol. 3 No 4, (2025), Hlm. 943.

b. *The club Sandwich Generation*

Yakni Merujuk pada situasi yang jauh lebih berlapis atau tebal, seperti namanya. Mereka ini tidak hanya terjepit di antara orang tua dan anak. Seringkali di usia 50-an atau 60-an, mereka menjadi tumpuan bagi tiga atau bahkan empat generasi sekaligus: mereka merawat orang tua mereka di saat yang sama masih mendukung anak-anak mereka dan bahkan ikut membantu mengurus cucu atau kakek-nenek mereka jika masih ada. Mereka berada di tengah-tengah beberapa generasi yang membutuhkan dukungan, layaknya isian dalam roti lapis yang lebih tebal dan lebih banyak.²³

c. *The open faced Sandwich Generation*

Adalah kategori yang paling luwes dan tidak terikat kaku oleh usia. Keunikannya adalah peran mereka tidak hanya terjepit antara atas (orang tua) dan bawah (anak). Mereka adalah siapa saja yang terlibat dalam pengasuhan atau menjadi tumpuan finansial bagi anggota keluarga lain secara lebih luas, termasuk tanggung jawab horizontal atau menyamping misalnya, harus ikut menanggung hidup saudara kandung atau keponakan yang sedang kesulitan, sambil mungkin tetap merawat orang tua mereka. Selain itu ada juga yang mengatakan bahwa, *The open faced sandwich generation* merupakan tipe *sandwich generation* di mana seseorang yang sudah atau belum menikah tetapi harus bertanggung jawab secara finansial untuk menghidupi kebutuhan orang tuanya,

²³Grace Putlia dan Yolanda Effieta, "Gaya hidup generasi *Sandwich*: Studi kasus perilaku belanja online konsumen shopee", *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol. 6 No 1, (2023), Hlm. 126.

sehingga ia terhimpit di antara orang tua dan potensi anak, seperti isi roti *sandwich* terbuka yang hanya memiliki satu roti di bawahnya.²⁴

Kesimpulanya, generasi *sandwich* terbagi ke dalam tiga kategori utama berdasarkan beban tanggung jawab yang dipikul terhadap anggota keluarga. The traditional sandwich generation merupakan tipe klasik di mana seseorang harus membagi waktu dan sumber dayanya secara langsung antara merawat orang tua yang menua dan membesarkan anak. Sementara itu, the club sandwich generation menanggung beban yang lebih berat dan berlapis karena harus menjadi tumpuan bagi tiga hingga empat generasi sekaligus, termasuk orang tua, anak, dan cucu. Terakhir, the open faced sandwich generation memiliki cakupan tanggung jawab yang lebih luwes, di mana seseorang tidak hanya terhimpit antara orang tua dan anak, tetapi juga harus menanggung kebutuhan kerabat lain secara horizontal seperti saudara kandung atau keponakan, maupun mereka yang menanggung orang tua meski belum menikah.

3. Penyebab Generasi *Sandwich*

Umumnya, *sandwich generation* lahir dari orang tua yang sudah tidak produktif lagi. Pemicu utamanya adalah kurangnya perencanaan keuangan di masa muda, literasi keuangan rendah, gaya hidup konsumtif, dan bertambahnya usia harapan orang tua

²⁴Adinda Dilla AP dan Neila Susanti, "Analisis Peran Ganda Perempuan Generasi *Sandwich* Pada Ruang Publik dan Domestik Di Kabupaten Batubara", *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, Vol. 7 No 1, (2024), hlm. 147.

yang disertai peneurunan kesehatan. Sehingga anak harus menanggung beban finansial orang tua yang sudah pensiun dan anak sendiri yang masih bergantung, menjadikanya terjepit di antara dua generasi. Selain itu, ada beberapa penyebab munculnya *Sandwich Generation* yang terdapat dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Magriza, dkk., antara lain:²⁵

- a. Kegagalan Pola Asuh. Penyebab kegagalan pola asuh adalah kurangnya literasi finansial dan perencanaan keuangan jangka panjang, yang memperparah beban tanggungan orang tua dan anak, ditambah gaya hidup konsumtif dan pola pikir bahwa anak adalah investasi masa depan. Pola asuh yang tidak mengajarkan kemandirian finansial sejak dini juga menjadi faktor, membuat anak menjadi bergantung dan akhirnya mengulang siklus ini, menciptakan efek domino yang berkelanjutan.
- b. Minimnya Pengetahuan dan Perencanaan Finansial Jangka Panjang. Salah satu hal yang menjadi penyebab utama munculnya *sandwich generation* adalah pengetahuan finansial yang masih kurang. Kurangnya literasi keuangan dan

²⁵Maghriza Novita Syahti, dkk., "Strategi *Sandwich Generation* Dalam Menjalankan Perannya", *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol. 3 No 4, (2025), Hlm. 944.

perencanaan keuangan yang buruk dari generasi sebelumnya, diperparah oleh gaya konsumtif, harapan keliru menganggap anak sebagai investasi, dan siklus domino dari orang tua yang juga terjebak, sehingga beban finansial menumpuk pada generasi kini untuk menanggung orang tua dan anak, membuat mereka kesulitan membangun fondasi keuangan sendiri.

- c. Adanya *Mindset* bahwa Anak adalah Investasi. *Mindset* bahwa anak adalah investasi merupakan salah satu akar budaya utama yang menyebabkan fenomena *sandwich generation* di Indonesia. Mayoritas orang di Indonesia masih menganggap bahwa banyak anak akan mendatangkan banyak rezeki. Hal ini menyebabkan adanya anggapan bahwa orang tua bisa menggantungkan hidupnya pada anaknya saat mereka sudah tidak bekerja lagi. Selain itu, beberapa orang juga masih meyakini bahwa pengorbanan yang sudah dilakukan oleh orang tua merupakan suatu kewajiban yang harus dibayar kembali.

Penyebab lain munculnya *Sandwich Generation* adalah adanya tekanan sosial di tengah masyarakat, seperti pandangan bahwa kesuksesan sejati baru tercapai setelah seseorang menikah dan

membangun rumah tangga. Selain itu, penyebab yang paling umum adalah kegagalan dalam merencanakan keuangan, di mana seseorang tidak memiliki persiapan yang cukup untuk masa depan, seperti dana pensiun, sehingga terpaksa bergantung pada anak-anaknya.²⁶ Situasi ini seringkali diperparah dengan maraknya pernikahan di usia muda, yang membuat pasangan belum benar-benar siap secara mental maupun finansial. Akibatnya, ketika orang tua yang sudah tidak produktif berharap sang anak bisa menjadi sandaran hari tua, anak tersebut justru sudah harus memikul tanggung jawab ganda.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kemunculan *sandwich generation* umumnya dipicu oleh rendahnya literasi dan perencanaan keuangan jangka panjang dari generasi sebelumnya, seperti tidak adanya persiapan dana pensiun dan gaya hidup yang konsumtif. Kondisi ini diperparah oleh budaya yang menganggap anak sebagai investasi, kegagalan pola asuh dalam mengajarkan kemandirian finansial, serta faktor eksternal seperti tekanan sosial dan pernikahan di usia muda yang dilakukan tanpa kesiapan matang. Akibatnya, orang tua yang sudah tidak produktif

²⁶Husna Hayati Dan Otong Karyono, 'Eksistensi Anak Generasi *Sandwich* Menurut Pandangan Islam', *Jurnal An Nisa*, Vol. 17 No 1, (2024), Hlm. 43-44.

menggantungkan hidupnya pada anak, sehingga generasi penerus terpaksa menanggung beban ganda, yakni membiayai orang tua sekaligus keluarga mereka sendiri.

