



Aurelia Melinda Nisita Wardhani



40



Buat Tulisan

- [News](#)[Entertainment](#)[Tekno & Sains](#)[Bisnis](#)[Mom](#)[Bola & Sports](#)[Otomotif](#)[Food & Travel](#)[Woman](#)[Bolanita](#)[Lainnya](#)
- [Properti](#)[Pangan](#)[Makro](#)[Finansial](#)[Energi](#)[Sektor Riil](#)[Market](#)[Infrastruktur](#)[Ekonomi Digital](#)



Edit



Hapus

Beranda > Bisnis

Konten dari Pengguna

Lipstick Effect dan Peluang Tersembunyi bagi UMKM di Tengah



Aurelia Melinda Nisita Wardhani



40



- News Entertainment Tekno & Sains Bisnis Mom Bola & Sports Otomotif Food & Travel Woman Bolanita Lainnya
- Properti Pangan Makro Finansial Energi Sektor Riil Market Infrastruktur Ekonomi Digital

9 Juli 2026 14:00 WIB · waktu baca 5 menit

0 0



Tulisan dari Aurelia Melinda Nisita Wardhani tidak mewakili pandangan dari redaksi kumparan



Aurelia Melinda Nisita Wardhani



News Entertainment Tekno & Sains Bisnis Mom Bola & Sports Otomotif Food & Travel Woman Bolanita Lainnya

Properti Pangan Makro Finansial Energi Sektor Riil Market Infrastruktur Ekonomi Digital



Perbesar

ilustrasi: mahasiswa membeli kopi (sumber: chatgpt.com)

ADVERTISEMENT

Lipstick effect kembali menunjukkan wajahnya di tengah perekonomian Indonesia yang sedang tidak baik-baik saja. Sebuah liputan jurnalistik dari Surabaya baru-baru ini memotret fenomena menarik: ketika harga kebutuhan pokok terus merangkak naik dan

**Aurelia Melinda Nisita Wardhani**

40



News Entertainment Tekno & Sains Bisnis Mom Bola & Sports Otomotif Food & Travel Woman Bolanita Lainnya

Properti Pangan Makro Finansial Energi Sektor Riil Market Infrastruktur Ekonomi Digital

ADVERTISEMENT

Di balik perilaku yang tampak tidak rasional itu, tersimpan sinyal pasar yang sangat penting bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Justru pada segmen kemewahan kecil inilah UMKM Indonesia paling banyak bermain, mulai dari kedai kopi rumahan, penjual jajanan kekinian, hingga merek perawatan diri lokal.

Artikel ini saya tulis untuk mengajak kita melihat lipstick effect dari sudut pandang yang jarang dibahas: dampaknya terhadap keberlangsungan UMKM. Fenomena ini menghadirkan berkah



Aurelia Melinda Nisita Wardhani



40

[News](#) [Entertainment](#) [Tekno & Sains](#) [Bisnis](#) [Mom](#) [Bola & Sports](#) [Otomotif](#) [Food & Travel](#) [Woman](#) [Bolanita](#) [Lainnya](#)[Properti](#) [Pangan](#) [Makro](#) [Finansial](#) [Energi](#) [Sektor Riil](#) [Market](#) [Infrastruktur](#) [Ekonomi Digital](#)

Lipstick Effect dan Logika Rasional yang Tidak Selalu Rasional

Lipstick effect pada dasarnya menggambarkan kecenderungan orang untuk tetap membeli kemewahan kecil ketika tekanan finansial meningkat. Ketika membeli rumah atau kendaraan terasa mustahil, secangkir kopi kekinian atau lipstik baru menjadi katup pelepas stres yang paling terjangkau. Kebahagiaan instan ini dianggap sebagai hiburan murah dibandingkan liburan jauh yang menguras kantong.

ADVERTISEMENT



seorang akademisi ekonomi menegaskan bahwa jarak antara pengetahuan dan praktik pengambilan keputusan konsumen memang lebar, dan di celah itulah *lipstick effect* bekerja.

Media sosial memperkuat pola ini secara signifikan. Konten produk viral yang terus mengalir di linimasa menumbuhkan rasa takut tertinggal, sehingga keinginan sesaat cepat berubah menjadi transaksi. Bagi saya, ini adalah contoh nyata bagaimana algoritma rekomendasi bukan hanya memetakan preferensi, tetapi aktif membentuk perilaku konsumsi masyarakat.

Kemewahan Kecil yang Menopang Roda UMKM

Menariknya, hampir semua produk yang menjadi objek *lipstick effect* di Indonesia adalah wilayah kekuasaan UMKM. Kopi susu di kedai kecil, camilan kekinian di kantin kampus, hingga kosmetik dan skincare merek lokal umumnya diproduksi dan dijual oleh usaha berskala kecil. Ketika konsumsi besar melambat, aliran belanja kecil-kecilan inilah yang menjaga uang tetap berputar di lapisan akar rumput ekonomi kita.



Fenomena ini menempatkan UMKM pada posisi unik sebagai penerima manfaat utama dari pergeseran perilaku konsumen. Sektor properti dan otomotif boleh lesu, tetapi permintaan terhadap kebahagiaan murah justru menguat. Dalam kuliah ekonomi digital, saya sering menggambarkan situasi ini seperti trafik jaringan yang berpindah jalur: total kapasitas belanja masyarakat mungkin menyusut, tetapi arusnya beralih ke kanal-kanal kecil yang selama ini diisi oleh usaha rakyat.

Kondisi ini seharusnya dibaca UMKM sebagai momentum untuk memperkuat posisi. Produk yang menawarkan kenyamanan emosional dengan harga terjangkau memiliki daya tahan permintaan yang relatif baik di masa sulit. Usaha kecil yang mampu mengemas produknya sebagai self reward yang layak, bukan sekadar barang



Media Sosial dan Percepatan Perputaran Produk UMKM

Gelombang produk viral menjadi pedang bermata dua bagi usaha kecil. Di satu sisi, tren yang menyebar cepat di media sosial mampu melambungkan penjualan UMKM dalam hitungan hari tanpa biaya pemasaran besar. Di sisi lain, umur tren semakin pendek, sehingga usaha yang terlambat membaca perubahan bisa terjebak dengan stok menumpuk ketika selera pasar sudah berpindah.

ADVERTISEMENT



sinyal jangka panjang. UMKM yang hanya mengejar derau akan terus terengah-engah berganti produk, sementara yang memahami sinyal dapat membangun lini produk inti yang stabil sambil sesekali menunggangi tren.

Kemampuan literasi digital menjadi penentu di sini. Usaha kecil perlu belajar membaca data sederhana dari platform penjualannya sendiri, mengenali pola pembelian berulang, dan mengelola kapasitas produksi secara luwes. Tanpa itu, *lipstick effect* hanya akan menjadi rezeki musiman yang datang dan pergi tanpa meninggalkan fondasi bisnis.

Peluang Sesaat dan Tanggung Jawab Jangka Panjang

Di balik peluang tersebut, ada pertanyaan etis yang tidak boleh diabaikan. *Lipstick effect* pada dasarnya tumbuh dari tekanan psikologis konsumen yang sedang kesulitan finansial. UMKM yang secara agresif mengeksploitasi kerentanan ini, misalnya dengan mendorong pembelian impulsif tanpa henti, sesungguhnya sedang menggerus daya beli pelanggannya sendiri untuk jangka panjang.



Konsumen yang terjerat pola konsumtif akhirnya akan mengurangi belanja secara drastis ketika beban finansialnya tak lagi tertahankan. Artinya, keberlanjutan UMKM justru bergantung pada kesehatan finansial pelanggannya. Usaha kecil yang bijak akan menawarkan produk dengan porsi dan harga yang masuk akal, bukan memancing pembelian berlebihan yang berujung penyesalan.

Bagi pembuat kebijakan, fenomena ini juga memberi pelajaran penting. Dukungan terhadap UMKM di sektor konsumsi kecil perlu diimbangi dengan edukasi keuangan bagi masyarakat, agar roda ekonomi akar rumput berputar tanpa menjerumuskan konsumen ke jurang finansial. Ekosistem yang sehat adalah ketika kebahagiaan kecil tetap terjangkau dan usaha kecil tetap bertumbuh secara berkelanjutan.

**Aurelia Melinda Nisita Wardhani**

News Entertainment Tekno & Sains Bisnis Mom Bola & Sports Otomotif Food & Travel Woman Bolanita Lainnya

Properti Pangan Makro Finansial Energi Sektor Riil Market Infrastruktur Ekonomi Digital

kesempatan itu hanya akan bertahan jika usaha kecil memperlakukan konsumen sebagai mitra jangka panjang, bukan sekadar sumber transaksi impulsif di masa sulit.

ADVERTISEMENT

Lipstick Effect**UMKM****Konsumen****Ekonomi****Tim Editor** ▾



Aurelia Melinda Nisita Wardhani



40



- [News](#) [Entertainment](#) [Tekno & Sains](#) [Bisnis](#) [Mom](#) [Bola & Sports](#) [Otomotif](#) [Food & Travel](#) [Woman](#) [Bolanita](#) [Lainnya](#)
- [Properti](#) [Pangan](#) [Makro](#) [Finansial](#) [Energi](#) [Sektor Riil](#) [Market](#) [Infrastruktur](#) [Ekonomi Digital](#)