

Bisnis Barley di Indonesia: Peluang Malt, Pangan Sehat, dan Suplemen

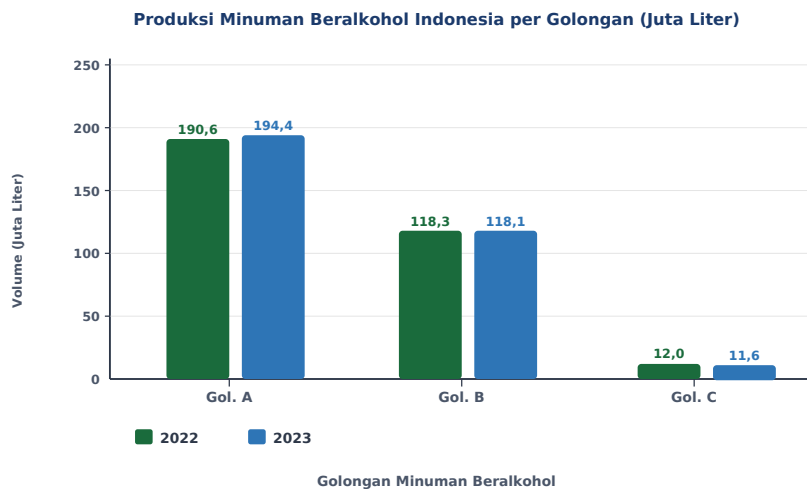
Kategori: Pasar UMKM · Diunduh dari BalaiWarga.NET

Bisnis barley (*Hordeum vulgare*) di Indonesia bertumpu pada 3 segmen utama: (1) distribusi malt barley impor untuk industri bir yang memproduksi 324,1 juta liter pada 2023; (2) produk suplemen barley grass via e-commerce dan MLM; (3) pangan fungsional berbahan tepung barley untuk konsumen health-conscious. Seluruh bahan baku barley masih impor — Indonesia tidak memproduksi secara komersial — sehingga manajemen risiko nilai tukar dan rantai pasokan menjadi faktor kritis bagi pelaku bisnis barley di Indonesia.

Pasar craft beer Indonesia diproyeksi tumbuh 8,33% per tahun hingga 2033 — menjadikan malt barley salah satu bahan baku industri minuman dengan permintaan paling konsisten

Data IMARC Group (2024) menunjukkan nilai pasar craft beer Indonesia mencapai USD 1,71 miliar dan diproyeksikan mencapai USD 3,81 miliar pada 2033. Kondisi ini membuka ruang bisnis distribusi malt barley impor yang stabil bagi pelaku UMKM dengan jaringan ke industri minuman fermentasi dan brewery skala menengah. Kemenperin mencatat 107 perusahaan minuman beralkohol beroperasi di Indonesia per 2023.

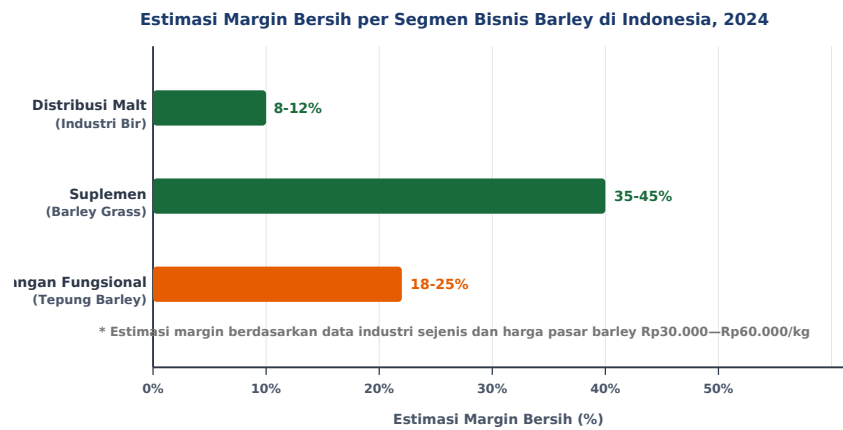
Tren Volume Produksi Industri Minuman Beralkohol Indonesia, 2022-2023



Sumber: Kemenperin (2024). Total produksi minuman beralkohol 2023 mencapai 324,1 juta liter, meningkat dari 320,8 juta liter pada 2022; Gol. A (—5% ABV) mendominasi dengan 59,9%.

Volume produksi industri minuman beralkohol Indonesia menunjukkan stabilitas dengan kenaikan tipis 1,03% antara 2022 dan 2023, dari 320,8 menjadi 324,1 juta liter menurut data Kemenperin (2024). Golongan A (ABV —5%) mendominasi produksi sebesar 194,4 juta liter pada 2023. Golongan B — kategori yang paling banyak menggunakan malt barley sebagai bahan baku — stabil di 118,1 juta liter. Data ini mencerminkan bahwa permintaan malt barley untuk industri fermentasi lokal relatif konsisten, dengan 107 perusahaan yang beroperasi di Bali, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi Utara, dan Banten. Stabilitas volume menjadikan distribusi malt barley sebagai segmen dengan prediktabilitas permintaan yang lebih tinggi dibanding segmen suplemen atau pangan fungsional.

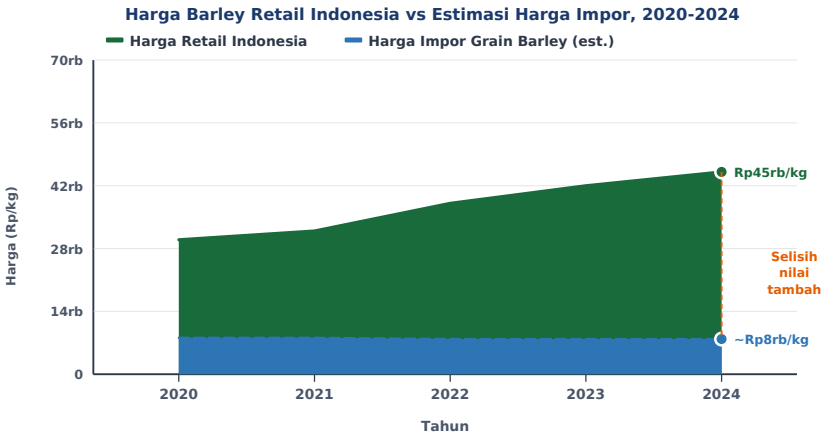
Peta Segmen Bisnis Barley di Indonesia dan Estimasi Margin, 2024



Sumber: Estimasi berdasarkan data Kemenperin (2024), harga retail barley Mutiara Gemilang (2024), dan struktur margin industri pangan olahan BPOM (2024). Angka merupakan estimasi indikatif, bukan data survei langsung.

Segmen suplemen *barley grass* mencatat estimasi margin bersih paling tinggi di antara 3 segmen utama bisnis barley di Indonesia, yakni 35-45%, didorong oleh selisih harga produk jadi versus biaya bahan baku impor yang signifikan. Distribusi malt barley ke industri bir memiliki margin yang lebih tipis (8-12%) tetapi volume permintaan jauh lebih besar dan stabil. Pangan fungsional tepung barley berada di tengah dengan margin 18-25%. Tingginya margin suplemen terimbang oleh biaya perizinan BPOM yang lebih ketat dan risiko klaim kesehatan yang diawasi regulasi.

Perbandingan Harga Barley: Pasar Retail Indonesia vs Harga Impor Global, 2022-2024



Sumber: Mutiara Gemilang (2024), Linisehat.com (2023), selinawamucii.com (estimasi harga impor). Harga retail barley Rp30.000—Rp60.000/kg; harga grain impor jauh lebih rendah karena belum termasuk pengolahan dan kemasan.

Kesenjangan antara harga barley grain impor (~Rp8.000/kg) dan harga retail produk barley jadi (Rp30.000—Rp60.000/kg) di Indonesia mencerminkan nilai tambah pengolahan, pengemasan, sertifikasi, dan distribusi yang signifikan. Selisih ini — berkisar 4-7 kali lipat harga bahan baku — menjadi argumen utama bagi pelaku UMKM untuk bergerak ke segmen produk jadi daripada sekadar distribusi bahan mentah. Tren kenaikan harga retail dari 2020 ke 2024 juga menunjukkan bahwa permintaan konsumen segmen *health-conscious* belum tertekan oleh kenaikan harga.

Berita & Pembelajaran Bisnis Barley di Indonesia

01. Produksi Minuman Beralkohol Indonesia Capai 324,1 Juta Liter pada 2023

Kemenperin (2024) mencatat total produksi minuman beralkohol Indonesia naik dari 320,8 juta liter (2022) menjadi 324,1 juta liter (2023), dengan 107 perusahaan aktif beroperasi di Bali, Sulawesi Utara, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Banten. Malt barley merupakan bahan baku utama segmen golongan B yang berkontribusi 118,1 juta liter.

Insight Pemula: Sejalan dengan pendekatan Porter tentang *value chain analysis*, posisi pemasok bahan baku di hulu rantai nilai industri bir sangat menentukan. Dalam konteks bisnis barley di Indonesia, ini

berarti peluang menjadi distributor malt barley bersertifikat ke brewery lokal adalah segmen dengan permintaan yang terukur dan berulang — bukan permintaan musiman.

Insight Pelaku Aktif: Kerangka Osterwalder (*Business Model Canvas*) menempatkan "key partnerships" sebagai elemen vital dalam bisnis bahan baku industri. Bagi pelaku bisnis barley yang sudah beroperasi, membangun kontrak pasokan jangka panjang (minimal 12 bulan) dengan brewery menengah di Bali atau Sulawesi Utara dapat memberikan kepastian arus kas yang jauh lebih baik dibandingkan penjualan spot.

Industri minuman beralkohol Indonesia yang memproduksi 324,1 juta liter pada 2023 menciptakan permintaan malt barley impor yang stabil — segmen yang dapat dimasuki pelaku distribusi UMKM bersertifikat.

Sinyal Masa Depan: Dengan pertumbuhan sektor pariwisata pasca-pandemi, permintaan minuman beralkohol berbahan malt di area wisata Bali dan Lombok diperkirakan meningkat 5-8% per tahun hingga 2027. Apakah konsolidasi brewery skala menengah akan mendorong kebutuhan impor malt barley yang lebih terstandar?

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Industri minuman beralkohol Indonesia memproduksi 324,1 juta liter pada 2023 dengan 107 perusahaan aktif. Golongan B — yang paling banyak menggunakan malt barley — berkontribusi 118,1 juta liter. Untuk masuk segmen ini, pelaku UMKM perlu memenuhi regulasi impor Kemendag dan karantina Kementan, serta memiliki fasilitas penyimpanan biji barley bersuhu stabil untuk menjaga kualitas malt.

Desember 2024 · Kemenperin / Suara.com

02. Pasar Craft Beer Indonesia Proyeksi Capai USD 3,81 Miliar pada 2033

Menurut IMARC Group (2024), pasar *craft beer* Indonesia mencapai USD 1,71 miliar pada 2024 dan diproyeksikan tumbuh dengan CAGR 8,33% hingga mencapai USD 3,81 miliar pada 2033. Brewery skala kecil di Jawa dan Bali mulai mengeksplorasi bahan lokal seperti tamarind dan lemongrass yang dikombinasikan dengan malt barley impor.

Insight Pemula: Berdasarkan pendekatan Kim & Mauborgne (*Blue Ocean Strategy*), segmen *craft beer* berbahan lokal + malt barley impor merupakan ruang pasar yang belum terlalu jenuh di Indonesia. Bagi

pemula bisnis barley, ini berarti peluang bermitra dengan microbrewery yang membutuhkan pasokan malt barley berkualitas dalam volume lebih kecil tetapi dengan spesifikasi lebih tinggi.

Insight Pelaku Aktif: Kerangka Kotler tentang *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)* sangat relevan di sini. Pelaku distribusi barley yang sudah aktif dapat mengembangkan *positioning* sebagai pemasok malt barley premium yang mendukung *craft brewing* lokal — diferensiasi yang memungkinkan penetapan harga lebih tinggi dibanding distribusi ke bir massal.

Pertumbuhan CAGR 8,33% pasar craft beer Indonesia hingga 2033 merupakan sinyal bahwa permintaan malt barley berkualitas brewing-grade akan meningkat signifikan dalam satu dekade ke depan.

Sinyal Masa Depan: Festival craft beer di Jakarta dan Bali yang semakin ramai pada 2024 berperan sebagai platform edukasi konsumen tentang kualitas malt barley. Apakah tren ini akan mendorong brewery lokal untuk mulai mengimpor sendiri atau tetap bergantung pada distributor perantara?

▢ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Pasar craft beer Indonesia bernilai USD 1,71 miliar pada 2024 dan diproyeksikan tumbuh rata-rata 8,33% per tahun hingga 2033 (IMARC Group, 2024). Pertumbuhan ini didorong komunitas urban, ekspatriat, dan wisatawan. Bagi bisnis barley, ini berarti permintaan malt berkualitas tinggi (*two-row barley*) yang saat ini hampir seluruhnya diimpor dari Australia dan Kanada akan terus meningkat seiring ekspansi microbrewery Indonesia.

2024 · IMARC Group

03. Sant- International Ekspansi ke Indonesia dengan Produk Barley Grass pada 2023

Perusahaan distribusi langsung (*direct selling*) Sant- International resmi memasuki pasar Indonesia pada November 2023 melalui *soft launching* di Jakarta yang dihadiri 1.000 peserta. Produk andalan mereka adalah "Sante Barley Powder" — *barley grass* organik bersertifikat BioGro dari Canterbury, Selandia Baru, dengan jaringan distribusi di lebih dari 10 negara.

Insight Pemula: Sejalan dengan konsep Prahalad tentang "*Base of the Pyramid*," model bisnis MLM memungkinkan distribusi produk barley grass menjangkau lapisan konsumen yang lebih luas di Indonesia

tanpa investasi toko fisik. Bagi pemula, bergabung sebagai distributor aktif di jaringan semacam ini dapat menjadi pintu masuk bisnis barley dengan modal yang lebih terjangkau.

Insight Pelaku Aktif: Dalam kerangka Christensen (*Jobs-to-Be-Done*), konsumen produk barley grass di Indonesia "mempekerjakan" produk ini untuk kebutuhan peningkatan imunitas dan gaya hidup sehat — bukan sekadar konsumsi pangan rutin. Pelaku bisnis yang sudah aktif dapat memanfaatkan insight ini untuk mengembangkan konten edukasi di TikTok Shop atau Shopee Live guna mendorong konversi lebih tinggi.

Masuknya Sant- International ke pasar Indonesia pada 2023 menandai segmen barley grass sebagai kategori produk yang dianggap viable secara komersial oleh pemain global berbasis direct selling.

Sinyal Masa Depan: Model MLM barley grass yang bertumpu pada jaringan distributor personal akan semakin bersaing dengan produk serupa yang dijual langsung via e-commerce tanpa struktur multilevel. Bagaimana pelaku MLM barley grass mempertahankan nilai tambah jaringan mereka dibanding penjual independen di Tokopedia?

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Sant- International memasuki Indonesia pada November 2023 dengan produk barley grass organik bersertifikat BioGro Selandia Baru. Ekspansi ini menunjukkan bahwa segmen suplemen barley grass memiliki daya tarik pasar yang nyata. Untuk bersaing, pelaku UMKM lokal perlu mempertimbangkan sertifikasi BPOM dan klaim kesehatan yang terverifikasi sebagai diferensiasi utama.

November 2023 · Indopos Online / Media Indonesia

04. Harga Retail Barley di Indonesia Berada di Kisaran Rp30.000—Rp60.000 per Kilogram

Menurut data Mutiara Gemilang (2024) dan Linisehat.com (2023), harga barley utuh (*pearl barley*) di pasar retail Indonesia berkisar Rp30.000—Rp60.000 per kilogram, sementara kemasan kecil 100-500 gram untuk *topping* minuman dijual Rp10.000—Rp20.000. Harga lebih tinggi berlaku untuk produk impor organik bersertifikat.

kesalahan umum pemula adalah menjual bahan mentah tanpa nilai tambah. Dalam konteks barley, menjual biji barley curah memiliki margin tipis; mengemas ulang dalam kemasan branded 200-500 gram dengan informasi gizi yang lengkap dapat meningkatkan nilai jual 40-80% dengan investasi minimal.

Insight Pelaku Aktif: Kerangka Porter tentang *value chain* mengidentifikasi aktivitas pemasaran dan penjualan sebagai sumber nilai tambah kritis. Bagi pelaku barley aktif, memanfaatkan TikTok Shop dengan konten edukasi tentang cara mengolah barley (sebagai nasi campuran, minuman, atau *topping*) terbukti lebih efektif mendorong AOV dibanding iklan produk biasa.

Selisih harga bahan baku barley impor (~Rp8.000/kg) versus harga retail (Rp30.000-60.000/kg) mencerminkan ruang nilai tambah pengolahan dan branding yang masih besar bagi UMKM pangan berbasis barley.

Sinyal Masa Depan: Tren topping barley pada minuman kafe dan smoothie bowl yang mulai berkembang di kota-kota besar Indonesia sejak 2023 berpotensi menciptakan segmen *B2B* baru bagi pemasok barley untuk kafe. Apakah pelaku UMKM barley siap melayani segmen *horeca* dengan kualitas dan konsistensi pasokan yang memadai?

📄 **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Harga retail barley di Indonesia berkisar Rp30.000-60.000/kg (Mutiara Gemilang, 2024), jauh di atas harga impor grain barley (~USD 0,50/kg atau ~Rp8.000/kg). Kesenjangan ini mencerminkan nilai tambah pengemasan, sertifikasi, dan distribusi yang dapat dimanfaatkan UMKM. Strategi pengemasan ulang dalam kemasan branded kecil dengan konten gizi terverifikasi adalah pintu masuk termudah dengan modal terbatas.

2024 · Mutiara Gemilang / Linisehat.com (2023)

05. Beta-Glucan Barley Terbukti Mendukung Pengelolaan Gula Darah dan Kolesterol

Studi dalam *Journal of Cereal Science* yang dikutip Linisehat.com (2023) dan penelitian yang dirangkum dalam Jurnal Gizi Ilmiah (2024) menunjukkan bahwa kandungan beta-glucan pada barley — berkisar 5-11% bobot biji — berpotensi mendukung pengelolaan kadar gula darah dan kolesterol LDL. Data

Insight Pemula: Dalam kerangka Kotler tentang *marketing mix*, klaim kesehatan berbasis bukti ilmiah merupakan elemen *product* yang kuat di segmen pangan fungsional Indonesia. Bagi pemula bisnis barley, ini berarti mendaftarkan produk dengan klaim fungsional ke BPOM adalah investasi strategis — bukan sekadar biaya regulasi — karena membuka akses ke segmen konsumen diabetes dan jantung yang terus tumbuh.

Insight Pelaku Aktif: Berdasarkan pendekatan Hermawan Kartajaya tentang *customer value*, pelanggan di segmen pangan kesehatan Indonesia tidak membeli produk barley — mereka membeli "*manajemen risiko kesehatan personal*." Pelaku aktif dapat memanfaatkan kolaborasi dengan ahli gizi bersertifikat atau klinik kesehatan sebagai jalur distribusi alternatif yang lebih tepat sasaran.

Kandungan beta-glucan barley 5-11% bobot biji merupakan fondasi ilmiah klaim kesehatan produk barley — diferensiasi berbasis bukti yang relevan mengingat tingginya prevalensi diabetes dan penyakit jantung di Indonesia.

Sinyal Masa Depan: Regulasi BPOM tentang klaim kesehatan pangan fungsional yang semakin ketat sejak 2021 akan menyaring pelaku bisnis barley yang tidak memiliki dasar ilmiah produk mereka. Apakah ini akan mendorong konsolidasi pasar ke pemain yang lebih sedikit tetapi lebih terpercaya?

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Barley mengandung beta-glucan 5-11% yang terbukti membantu menurunkan kolesterol LDL dan mengatur gula darah (*Journal of Cereal Science*, dikutip 2023). Manfaat ini relevan untuk pasar Indonesia mengingat tingginya prevalensi diabetes dan hipertensi. Pelaku bisnis barley yang memanfaatkan klaim ini perlu memastikan klaim tersebut terdaftar dan disetujui BPOM agar tidak melanggar regulasi pelabelan pangan.

2023-2024 · *Journal of Cereal Science* / *Jurnal Gizi Ilmiah* (Karyakesehatan, 2024)

06. BPOM Catat 55,9% Izin Edar Produk Pangan Olahan Berasal dari UMKM pada 2024

Menurut data resmi BPOM (2025), pada 2024 terdapat 33.038 izin edar produk pangan olahan yang diterbitkan, dengan 55,9% di antaranya dari produsen UMKM. BPOM juga mendampingi 2.318 pelaku

usaha secara langsung, dengan 90,47% di antaranya adalah UMKM. Minuman serbuk menjadi kategori terbanyak kedua dengan 1.352 izin edar.

Insight Pemula: Berdasarkan pendekatan Ciputra Foundation tentang entrepreneurship UMKM naik kelas, memiliki izin edar BPOM bukan sekadar kewajiban hukum — ini adalah "*barrier to entry*" yang justru melindungi pelaku terlisensi dari kompetisi informal. Bagi pemula bisnis produk barley (minuman serbuk, tepung, atau suplemen), mendaftar izin edar BPOM sedini mungkin memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Insight Pelaku Aktif: Dalam kerangka Osterwalder, "*key activities*" untuk bisnis pangan fungsional barley harus mencakup pemeliharaan kepatuhan regulasi secara berkelanjutan. Pelaku aktif dapat memanfaatkan program BPOM "*Si Jempol*" (Jemput Bola Registrasi Pangan Olahan) sebagai jalur pendampingan yang lebih efisien untuk variasi produk baru berbasis barley.

Dominasi UMKM (55,9%) dalam izin edar BPOM 2024 menunjukkan bahwa jalur legalisasi produk pangan olahan barley semakin terbuka dan aksesibel bagi pelaku skala kecil dan menengah.

Sinyal Masa Depan: Penggunaan AI dalam proses pendaftaran pangan olahan yang mulai diterapkan BPOM pada 2024 berpotensi mempersingkat waktu proses izin edar hingga 50% dalam 2-3 tahun ke depan. Bagaimana pelaku UMKM barley memanfaatkan percepatan ini untuk lebih cepat meluncurkan varian produk baru?

▢ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** BPOM menerbitkan 33.038 izin edar pangan olahan pada 2024, dengan 55,9% dari UMKM (BPOM, 2025). Kategori minuman serbuk — relevan untuk produk barley grass powder — mendapat 1.352 izin edar. Program pendampingan "*Si Jempol*" BPOM tersedia bagi UMKM yang ingin mendaftarkan produk berbasis barley tanpa menanggung biaya konsultan eksternal.

Februari 2025 · BPOM RI (pom.go.id)

07. Ekspor Minuman Beralkohol Indonesia Naik 46% pada 2023 Dibanding 2022

Kemenperin (2024) mencatat nilai ekspor minuman beralkohol Indonesia mencapai USD 14,1 juta pada 2023, naik 46% dari USD 9,6 juta pada 2022. Tujuan ekspor utama mencakup Malaysia, Thailand,

Insight Pemula: Berdasarkan data Kemenperin, pertumbuhan ekspor 46% dalam setahun menunjukkan bahwa produk minuman berbahan malt barley dari Indonesia mulai kompetitif di pasar ASEAN. Bagi pemula di bisnis barley, ini membuka perspektif bahwa rantai nilai tidak harus berhenti di pasar domestik — kualitas bahan baku malt barley yang digunakan langsung memengaruhi kemampuan ekspor produsen hilir.

Insight Pelaku Aktif: Kerangka Porter tentang daya saing mengidentifikasi kualitas input sebagai faktor kunci daya saing produk hilir. Pelaku distribusi malt barley yang sudah aktif dapat memposisikan kualifikasi produk mereka (*brewing-grade vs food-grade*) sebagai argumen penjualan kepada brewery yang menargetkan ekspor ke ASEAN.

Kenaikan ekspor minuman beralkohol Indonesia sebesar 46% pada 2023 membuka argumen bisnis bagi distributor malt barley: kualitas bahan baku langsung berkorelasi dengan kemampuan kompetisi ekspor produsen hilir.

Sinyal Masa Depan: Target ekspor minuman beralkohol Indonesia ke Rusia dan China yang sedang digenjut Kemenperin akan mendorong brewery lokal untuk lebih selektif terhadap spesifikasi malt barley yang digunakan. Pelaku distribusi malt yang dapat menyediakan sertifikat analisis (*Certificate of Analysis*) internasional akan memiliki posisi tawar yang lebih kuat.

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Ekspor minuman beralkohol Indonesia naik 46% menjadi USD 14,1 juta pada 2023 (Kemenperin, 2024) dengan tujuan utama Malaysia, Singapura, Rusia, dan China. Kenaikan ini mencerminkan meningkatnya permintaan malt barley berkualitas sebagai bahan baku. Bagi distributor barley, menyediakan dokumen kualitas internasional (CoA, sertifikat karantina) adalah investasi yang meningkatkan nilai jual ke brewery berorientasi ekspor.

Desember 2024 · Kemenperin / Suara.com

Australia

Menurut Wikipedia Barley (data FAO 2024), produksi barley global mencapai 142 juta ton pada 2024, turun dari 146 juta ton pada 2023. Rusia memimpin dengan 12% dari total produksi dunia, diikuti Australia dan Jerman. Secara global, 70% barley digunakan sebagai pakan ternak dan 30% sebagai bahan baku fermentasi bir, wiski, dan pangan fungsional.

Insight Pemula: Berdasarkan perspektif Chatib Basri tentang dinamika perdagangan komoditas global, fluktuasi produksi barley dunia — yang dipengaruhi cuaca ekstrem, geopolitik, dan kebijakan ekspor Rusia dan Australia — secara langsung memengaruhi harga impor barley ke Indonesia. Pemula bisnis barley perlu memahami bahwa manajemen risiko nilai tukar dan harga komoditas adalah keahlian inti yang harus dikembangkan.

Insight Pelaku Aktif: Dalam kerangka *scenario planning* yang lazim digunakan analis komoditas, pelaku bisnis barley aktif perlu mengembangkan setidaknya 2 skenario: (1) harga naik akibat gangguan pasokan Australia/Kanada — strategi hedging dengan kontrak impor jangka panjang; (2) harga turun akibat panen berlimpah — strategi membangun stok dengan memanfaatkan harga murah.

Dominasi Rusia (12%) dan Australia dalam produksi barley global menciptakan risiko konsentrasi pasokan bagi importir Indonesia — diversifikasi ke pemasok Kanada atau Eropa merupakan mitigasi risiko yang terukur.

Sinyal Masa Depan: Penurunan produksi barley global dari 146 juta ton (2023) ke 142 juta ton (2024) bersamaan dengan pertumbuhan permintaan pasar ASEAN mengindikasikan tekanan harga yang berpotensi berlanjut pada 2025-2026. Apakah pelaku bisnis barley Indonesia sudah memiliki mekanisme lindung nilai yang memadai?

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Produksi barley dunia mencapai 142 juta ton pada 2024 (FAO), dengan 70% untuk pakan ternak dan 30% untuk fermentasi/pangan. Australia dan Kanada adalah eksportir utama ke Asia. Bagi importir barley Indonesia, memahami siklus panen Australia (Mei—Juli) dan pola harga global adalah kompetensi dasar yang menentukan profitabilitas bisnis distribusi barley.

09. Barley Masuk Klasifikasi Pangan Segar Badan Pangan Nasional sebagai Alternatif Tepung Terigu

Keputusan Kepala Badan Pangan Nasional RI No. 337/PK.02.01/K/8/2023 mengklasifikasikan barley ke dalam kelompok sereal-pangan segar bersama jagung, beras, gandum, sorgum, dan oat. Badan Pangan Nasional secara eksplisit menyebut barley sebagai alternatif sumber bahan baku untuk produk bakeri pengganti tepung terigu.

Insight Pemula: Dalam kerangka kebijakan pangan Badan Pangan Nasional, pengakuan barley sebagai pangan segar alternatif membuka jalur legal bagi UMKM bakery untuk mengajukan sertifikasi produk berbahan tepung barley tanpa hambatan regulasi yang ambigu. Bagi pemula, ini berarti bisnis roti, kue, atau *granola* berbahan barley memiliki landasan regulasi yang jelas untuk dikembangkan.

Insight Pelaku Aktif: Berdasarkan pendekatan *market-based view* yang dikembangkan dalam teori strategi kontemporer, pengakuan regulator terhadap suatu kategori produk biasanya mendahului pertumbuhan pasar tersebut 2-4 tahun. Pelaku aktif yang mulai membangun kapabilitas produksi tepung barley lokal sekarang berpotensi mendapat *first-mover advantage* sebelum persaingan meningkat.

Pengakuan resmi barley sebagai pangan segar alternatif oleh Badan Pangan Nasional (2023) memberikan landasan regulasi yang jelas bagi UMKM yang ingin mengembangkan produk bakeri berbahan tepung barley di Indonesia.

Sinyal Masa Depan: Program diversifikasi pangan nasional yang mendorong substitusi tepung terigu impor berpotensi memberikan insentif atau subsidi bagi pelaku yang mengembangkan tepung sereal alternatif termasuk barley. Apakah potensi dukungan Kemenperin melalui program hilirisasi sereal akan menjadi katalis bagi bisnis tepung barley UMKM?

▮ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Badan Pangan Nasional mengklasifikasikan barley sebagai pangan segar sereal alternatif melalui Keputusan No. 337/2023. Klasifikasi ini memberi dasar hukum bagi UMKM bakery untuk mengembangkan produk berbahan tepung barley. Indonesia mengimpor 9.350 ton biji gandum pada 2022 (BPS), menunjukkan besarnya pasar substitusi yang dapat diincar produk berbasis barley dan sereal lokal.

Agustus 2023 · Badan Pangan Nasional / Food Review Indonesia

10. Industri Makanan dan Minuman Indonesia Tumbuh 4,47% pada 2023 dengan Ekspor Rp41,70 Miliar USD

Menurut Kemenperin (2024), industri makanan dan minuman Indonesia tumbuh 4,47% pada 2023 dibanding 2022, berkontribusi 39,10% terhadap PDB industri nonmigas dan 6,55% terhadap PDB nasional. Nilai ekspor sektor ini mencapai USD 41,70 miliar dengan neraca dagang positif USD 25,21 miliar.

Insight Pemula: Berdasarkan pandangan Firmanzah (FEUI) tentang strategi daya saing industri pangan Indonesia, pertumbuhan 4,47% di tengah tekanan inflasi dan kenaikan harga bahan baku global mencerminkan resiliensi sektor ini. Bagi pemula bisnis barley, konteks makro ini berarti masuk ke segmen pangan fungsional berbasis barley bukan spekulasi — melainkan menempatkan diri dalam industri yang terbukti tumbuh stabil.

Insight Pelaku Aktif: Dalam kerangka Porter tentang daya saing industri, posisi Indonesia sebagai eksportir makanan dan minuman USD 41,70 miliar menciptakan peluang bagi pelaku barley untuk memasuki rantai pasok eksportir besar sebagai pemasok bahan baku atau produk setengah jadi berbasis barley. Strategi *contract manufacturing* atau *private label* untuk merek ekspor adalah jalur yang layak dieksplorasi.

Kontribusi industri makanan-minuman sebesar 6,55% terhadap PDB nasional pada 2023 menjadi argumen fundamental bahwa investasi di segmen pangan berbasis barley berada dalam ekosistem industri yang matang dan diakui secara makroekonomi.

dan Gapmmi menuju USD 50 miliar dalam beberapa tahun ke depan berpotensi mendorong permintaan bahan baku specialty seperti malt barley dan tepung barley dari produsen hilir yang berorientasi ekspor. Bagaimana pelaku bisnis barley UMKM memposisikan diri dalam rantai pasok ini?

▣ **Ringkasan Jawaban — Jawaban 1 Menit:** Industri makanan dan minuman Indonesia tumbuh 4,47% pada 2023 dengan nilai ekspor USD 41,70 miliar (Kemenperin, 2024). Sektor ini menyerap investasi Rp85,10 triliun pada 2023. Tren positif ini menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi pelaku UMKM barley untuk mengembangkan produk berbasis barley yang menarget pasar ekspor ASEAN, khususnya segmen pangan fungsional sehat.

2024 · Kemenperin / Antara

Panduan Teknis Bisnis Barley di Indonesia

Bab 1: Memahami Lanskap Bisnis Barley di Indonesia

Bisnis barley di Indonesia sepenuhnya berbasis impor karena kondisi agroklimat tropis tidak mendukung produksi komersial *Hordeum vulgare*. Tiga segmen utama terbuka bagi pelaku UMKM: (1) distribusi malt barley ke industri minuman fermentasi; (2) produk suplemen barley grass berbasis e-commerce atau MLM; (3) pangan fungsional tepung barley untuk bakery dan minuman kesehatan. Pemilihan segmen yang tepat bergantung pada modal, jaringan, dan kapabilitas regulasi pelaku.

Data Kemenperin (2024) menunjukkan 107 perusahaan minuman beralkohol beroperasi di Indonesia, dengan total produksi 324,1 juta liter pada 2023. Segmen ini menciptakan permintaan malt barley impor yang stabil dan terukur — sebuah karakteristik yang jarang ditemukan pada komoditas pertanian di Indonesia. Barley termasuk dalam klasifikasi pangan segar Badan Pangan Nasional (No. 337/2023), membuka peluang di segmen bakery dan *food processing*.

- **Identifikasi KBLI yang relevan:** KBLI 46319 (perdagangan besar hasil pertanian/impor bahan baku), KBLI 10890 (industri produk pangan lainnya untuk suplemen/tepung barley), dan KBLI 11040 (industri minuman ringan barley-based non-alkohol).

- **Petakan kompetitor:** Distributor impor barley grain skala besar umumnya berbasis di Jakarta dan Surabaya; pelaku suplemen barley grass didominasi merek MLM internasional. Ruang kosong ada di segmen *barley grass* lokal bersertifikat BPOM dan *artisan barley food* untuk pasar urban.
- **Kenali faktor risiko utama:** Fluktuasi kurs rupiah terhadap dolar Australia/Kanada, perubahan regulasi impor Kemendag, dan persaingan produk suplemen berbasis gandum atau oat yang memiliki basis konsumen lebih luas.

Berdasarkan pendekatan *Five Forces* Porter, kekuatan tawar pemasok (produsen barley Australia dan Kanada) relatif tinggi karena Indonesia sepenuhnya bergantung impor. Kondisi ini mendorong pentingnya membangun relasi dengan minimal 2-3 eksportir barley dari negara berbeda sebagai mitigasi risiko konsentrasi pemasok. Dalam 3-5 tahun ke depan, riset adaptasi varietas barley di dataran tinggi Indonesia (yang kini masih dalam tahap riset) berpotensi mengubah struktur pasar secara signifikan — meski produksi komersial skala besar belum realistis dalam periode tersebut.

Bab 2: Regulasi dan Perizinan Bisnis Barley di Indonesia

Bisnis barley di Indonesia wajib memenuhi minimal 3 lapis perizinan: (1) NIB via OSS sebagai dasar legalitas usaha; (2) izin impor dan karantina tumbuhan dari Kemendag dan Kementan untuk distribusi barley grain; (3) izin edar BPOM untuk produk olahan pangan dan suplemen. Ketiga lapis ini berjalan paralel dan masing-masing memiliki persyaratan teknis yang spesifik.

Untuk segmen distribusi barley grain (malt barley ke industri bir), regulasi utama yang perlu dipenuhi adalah Peraturan Menteri Perdagangan tentang impor produk pangan dan [sertifikat karantina tumbuhan](#) dari Badan Karantina Pertanian. Barley impor harus disertai *phytosanitary certificate* dari negara asal dan melalui pemeriksaan di pintu masuk resmi.

- **NIB via OSS:** Daftarkan KBLI yang sesuai dan dapatkan NIB melalui sistem [oss.go.id](#). Untuk distributor barley grain, NIB sudah cukup untuk operasional awal tanpa izin usaha tambahan dalam kategori risiko rendah-menengah.
- **Izin edar BPOM (MD):** Wajib untuk produk olahan barley yang dijual dalam kemasan. Kategori minuman serbuk barley grass memerlukan notifikasi atau pendaftaran penuh tergantung klaim yang dicantumkan. Hindari klaim medis spesifik tanpa persetujuan BPOM terlebih dahulu.
- **Sertifikasi halal BPJPH:** Wajib bagi produk pangan yang dijual di Indonesia per ketentuan UU No. 33/2014 dan turunannya. Proses dapat dilakukan bersamaan dengan pendaftaran BPOM untuk

- **Klaim kesehatan:** Klaim fungsional terkait beta-glucan barley hanya boleh dicantumkan setelah mendapat persetujuan BPOM sesuai Peraturan BPOM No. 1/2022 tentang klaim pada label pangan olahan.

Program BPOM "Si Jempol" yang menyediakan pendampingan langsung (*desk registrasi*) tersedia gratis bagi UMKM di seluruh Indonesia. Memanfaatkan program ini dapat mengurangi biaya konsultan dan mempercepat proses izin. Dalam kerangka Christensen tentang *Jobs-to-Be-Done*, pelaku yang menyelesaikan perizinan lebih cepat memiliki jendela masuk pasar yang lebih awal — dan dalam kategori pangan fungsional yang tumbuh, timing masuk sangat menentukan penguasaan pangsa konsumen awal.

Bab 3: Strategi Pengadaan dan Manajemen Rantai Pasok Barley

Karena seluruh barley yang digunakan di Indonesia adalah produk impor, strategi pengadaan yang solid merupakan kompetensi inti bisnis ini. Kunci keberhasilan terletak pada 3 elemen: diversifikasi pemasok (minimal 2 negara asal), manajemen timing pembelian sesuai siklus panen, dan pengelolaan kualitas malt vs food-grade sesuai segmen yang dilayani.

Menurut data selinawamucii.com, harga impor barley grain ke Indonesia secara historis berkisar USD 0,45-0,60/kg (2018-2021). Fluktuasi ini dipengaruhi oleh panen Australia (Mei—Juli), kondisi geopolitik yang memengaruhi ekspor Rusia, dan nilai tukar rupiah. Siklus panen Australia yang berbeda dari Kanada dan Eropa memungkinkan strategi pembelian multi-pemasok untuk menjaga pasokan sepanjang tahun.

- **Tentukan spesifikasi produk:** Malt barley *brewing-grade* (kadar protein 9-12%, kadar air <13%) berbeda signifikan dari *food-grade* barley untuk tepung atau suplemen. Memesan spesifikasi yang salah berisiko menghasilkan produk yang tidak diterima pembeli.
- **Manfaatkan agen impor berpengalaman:** Untuk UMKM skala awal, bermitra dengan *freight forwarder* dan agen bea cukai berpengalaman di Tanjung Priok atau Tanjung Perak lebih efisien dibanding mengurus impor langsung.
- **Kelola penyimpanan dengan benar:** Barley grain membutuhkan penyimpanan di gudang bersuhu <20-C dengan kelembaban <70% untuk mencegah pertumbuhan jamur dan mempertahankan kualitas malt. Biaya gudang berpendingin perlu diperhitungkan dalam model keuangan dari awal.

- **Bangun buffer stock:** Waktu pengiriman impor barley dari Australia ke Indonesia rata-rata 2-3 minggu. Buffer stock minimal 4-6 minggu kebutuhan pelanggan diperlukan untuk menghindari kekosongan pasokan.

Dalam jangka menengah (3-5 tahun), pelaku bisnis distribusi barley yang berhasil membangun kepercayaan dengan 3-5 pelanggan brewery tetap dan memiliki sistem manajemen kualitas terdokumentasi berpeluang untuk menegosiasikan kontrak pasokan jangka panjang. Kontrak semacam ini tidak hanya memberikan prediktabilitas pendapatan tetapi juga meningkatkan valuasi bisnis apabila pelaku bermaksud mengakses pendanaan dari BRI KUR atau lembaga keuangan lain.

Bab 4: Model Bisnis dan Strategi Penetapan Harga untuk Produk Barley UMKM

Bisnis barley UMKM di Indonesia yang menguntungkan umumnya tidak berhenti pada distribusi bahan mentah — nilai tambah tercipta melalui pengolahan, pengemasan, dan branding. Estimasi margin bersih bervariasi: distribusi malt barley (8-12%), pangan fungsional tepung barley (18-25%), dan suplemen barley grass (35-45%). Semakin jauh dari bahan mentah, semakin tinggi margin — tetapi semakin tinggi pula kebutuhan sertifikasi dan standar produksi.

Harga retail barley di pasar Indonesia berkisar Rp30.000—Rp60.000/kg (Mutiara Gemilang, 2024), sementara harga grain impor hanya sekitar Rp8.000-9.000/kg. Selisih ini mencerminkan nilai tambah yang dapat dikapitalisasi pelaku UMKM melalui pengolahan dan kemasan yang tepat. Berdasarkan pendekatan Kotler tentang *pricing strategy*, penetapan harga produk barley UMKM perlu mempertimbangkan persepsi nilai konsumen, bukan sekadar biaya produksi.

- **Model distribusi B2B ke brewery:** Harga jual ditentukan oleh kualitas malt (grade), volume pesanan, dan frekuensi pengiriman. Margin tipis (8-12%) dikompensasi oleh volume dan kepastian pesanan berulang. Gunakan skema *consignment* atau kredit 30-60 hari yang umum dalam industri B2B pangan.
- **Model produk konsumen (D2C):** Barley kemasan branded 250-500 gram dijual via Tokopedia/Shopee dengan harga Rp25.000-50.000 per kemasan. Investasi konten edukasi di media sosial adalah komponen pemasaran yang tidak opsional — **differential margin antara penjual dengan konten kuat dan tanpa konten bisa mencapai 2-3x lipat volume penjualan**.
- **Model suplemen barley grass:** Produk sachet 3-5 gram dengan harga Rp200.000-500.000 per kotak 30 sachet adalah kisaran umum di pasar Indonesia. Biaya produk jauh lebih rendah dari

BalaiWarga.NET harga jual, tetapi biaya akuisisi pelanggan dan operasional BPOM perlu diperhitungkan.	Cetak PDF

Estimasi Struktur Biaya Bisnis Distribusi Barley UMKM Skala Awal

Biaya bahan baku (barley grain impor)

~60-70% dari total biaya produksi; termasuk CIF, bea masuk, dan biaya karantina

Biaya gudang dan penanganan

~10-15%; sewa gudang berpendingin Rp 3-8 juta/bulan tergantung lokasi dan ukuran

Biaya administrasi dan perizinan

~5-8%; NIB via OSS (gratis), sertifikat karantina, dan biaya freight forwarder

Biaya pemasaran dan distribusi

~8-12%; biaya antar ke pelanggan, komisi agen, dan promosi digital

Dalam 3-5 tahun ke depan, pelaku yang berhasil membangun brand equity produk barley berbasis klaim kesehatan terverifikasi akan memiliki posisi kompetitif yang sulit ditiru kompetitor baru. Ini sejalan dengan pandangan Hermawan Kartajaya tentang pentingnya membangun "*customer value*" jangka panjang di pasar Indonesia yang semakin melek merek.

Bab 5: Pemasaran Digital dan Pengembangan Pasar Bisnis Barley di Indonesia

Strategi pemasaran digital efektif untuk produk barley di Indonesia bertumpu pada edukasi konsumen tentang manfaat, cara mengolah, dan keunggulan produk dibanding alternatif yang sudah dikenal (beras, gandum, oat). Platform TikTok Shop dan Shopee telah terbukti efektif untuk produk pangan fungsional serupa, dengan konversi yang lebih tinggi jika didukung konten video edukatif berbasis data manfaat kesehatan terverifikasi.

Pasar konsumen barley di Indonesia didominasi dua profil: (1) konsumen *health-conscious* berusia 25-45 tahun di kota besar yang mencari alternatif karbohidrat bergizi tinggi; (2) pelaku usaha F&B (kafe, bakery) yang mencari bahan baku diferensiasi menu. Keduanya memiliki pola pencarian informasi dan saluran pembelian yang berbeda dan perlu didekati dengan strategi terpisah.

- **Untuk segmen konsumen akhir (B2C):** Prioritaskan konten edukasi di TikTok dan Instagram tentang cara memasak barley sebagai nasi campuran, *topping* minuman, atau bahan *smoothie bowl*. Kolaborasi dengan *food blogger* atau ahli gizi memiliki ROI yang lebih tinggi dibanding iklan berbayar tanpa konten organik.

atau Bizzy, atau pendekatan langsung ke asosiasi bakery dan kafe melalui pameran seperti FoodTech Indonesia. Sampel produk gratis adalah investasi akuisisi pelanggan yang standar di industri ini.

- **Program afiliasi dan reseller:** Membangun jaringan reseller di luar Jawa dengan skema keuntungan yang transparan dapat memperluas jangkauan distribusi tanpa biaya operasional toko fisik. Integrasi dengan sistem e-commerce Shopee Afiliasi atau TikTok Affiliate menjadi opsi yang semakin relevan.
- **Konten berbasis data untuk GEO:** Publikasikan artikel dan konten berbasis data tentang manfaat barley yang dapat dikutip oleh platform AI (*Search Generative Experience*, *Perplexity*). Ini membangun reputasi merek sekaligus mendatangkan trafik organik berkelanjutan.

Berdasarkan pendekatan Rhenald Kasali tentang transformasi bisnis di era digital, pelaku UMKM barley yang mengintegrasikan narasi kesehatan berbasis bukti ilmiah dengan kemudahan transaksi digital (*e-commerce*, sistem COD, integrasi Gojek/Grab) akan memiliki daya tahan kompetitif lebih tinggi dibanding pelaku yang mengandalkan distribusi tradisional. Proyeksi pertumbuhan pasar pangan fungsional Indonesia yang diperkirakan tumbuh sejalan dengan peningkatan kesadaran kesehatan pasca-pandemi menjadikan periode 2024-2028 sebagai jendela peluang yang krusial untuk membangun posisi pasar yang kokoh dalam ekosistem bisnis barley nasional.

Disclaimer: Artikel ini disusun sebagai informasi awal dengan bantuan kecerdasan buatan (AI) berdasarkan data dan referensi yang tersedia hingga tanggal publikasi. Konten ini bersifat edukatif dan tidak menggantikan saran profesional, konsultasi langsung, atau kebijakan resmi yang berlaku. Untuk informasi yang akurat, terkini, dan mengikat — selalu verifikasi ke instansi terkait, asosiasi industri, atau sumber primer yang relevan.