

Rilis Berita

Diembargo hingga 0730 WIB (0030 UTC) 2 April 2025

PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global

PMI mengisyaratkan kondisi manufaktur yang semakin solid pada bulan Maret

Temuan pokok

Output dan permintaan baru naik solid, meski lambat

Tekanan inflasi berkurang

Kepercayaan diri terhadap perkiraan mendatang tetap kuat

Kondisi operasional di sektor manufaktur Indonesia terus membaik pada akhir triwulan pertama 2025. Pertumbuhan output dan permintaan baru berlanjut pada bulan Maret, meski laju kenaikannya sedikit lambat dibanding bulan sebelumnya. Permintaan ekspor baru kembali meningkat, sementara itu ketenagakerjaan dan pembelian bertahan positif. Harapan pertumbuhan untuk tahun mendatang sedikit berubah dari posisi tinggi bulan Februari.

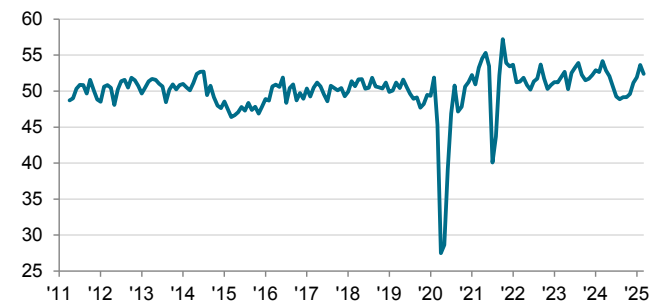
Dari segi harga, harga input terus naik tajam meski lebih lambat di bawah rata-rata jangka panjang. Sehingga biaya output naik marginal.

Headline *Purchasing Managers' Index*[™] (PMI[®]) Manufaktur Indonesia dari S&P Global tercatat di atas titik netral 50,0 selama empat bulan berturut-turut. Dengan angka 52,4 pada bulan Maret, turun dari 53,6 pada bulan Februari, indeks menunjukkan perbaikan sektor manufaktur Indonesia melambat namun masih tergolong moderat.

Faktor utama di balik angka PMI di atas 50,0 adalah ekspansi produksi berkelanjutan. Tingkat pertumbuhan tercatat sebagai yang terkuat kedua dalam lima bulan terakhir dan umumnya mencerminkan peningkatan pesanan baru. Bahkan, pertumbuhan bisnis baru tetap solid selama bulan Maret, produsen mengaitkannya dengan permintaan baru dan strategi pemasaran yang lebih efektif yang mendorong permintaan. Terlebih lagi, permintaan asing untuk barang buatan Indonesia kembali tumbuh untuk ketiga kalinya dalam empat bulan.

Sejalan dengan tren permintaan baru, tumpukan pekerjaan terus meningkat dalam empat bulan terakhir. Tingkat akumulasi pada bulan Maret juga merupakan yang paling besar sejak bulan April 2023. Sehingga, ketenagakerjaan naik pada akhir triwulan pertama meski lapangan kerja baru turun ke posisi terendah dalam tiga bulan dan hanya pada kisaran rendah. Akibatnya, perusahaan kerap menyebutkan

S&P Global PMI Manufaktur Indonesia
sa, >50 = pertumbuhan sejak bulan sebelumnya



Sumber: S&P Global PMI.
Data dikumpulkan pada 12-24 Maret 2025.

Tanggapan

Usamah Bhatti, Ekonom S&P Global Market Intelligence, mengatakan:

"Data survei bulan Maret menunjukkan hasil positif terkait kesehatan sektor manufaktur Indonesia. Kenaikan output dan permintaan baru berlanjut pada akhir triwulan pertama, tetap solid karena kondisi permintaan dan kepercayaan klien terus menguat.

"Nampaknya permintaan akan bertahan positif dalam jangka pendek dan menengah. Tingkat bisnis yang belum terselesaikan (umumnya menjadi indikator untuk aktivitas mendatang) naik tajam dalam waktu kurang dari dua tahun. Sementara pertumbuhan tenaga kerja berlanjut hingga empat bulan berjalan. Terlebih lagi, optimisme terhadap tahun mendatang tetap kuat, didukung laporan bahwa perbaikan ekonomi dan pengembangan produk baru akan terus mendorong peningkatan permintaan dan output."

PMI[®]

by S&P Global

bahwa stok barang jadi yang ada digunakan untuk memenuhi pesanan, menyebabkan kenaikan stok pasca produksi paling lambat dalam enam bulan terakhir.

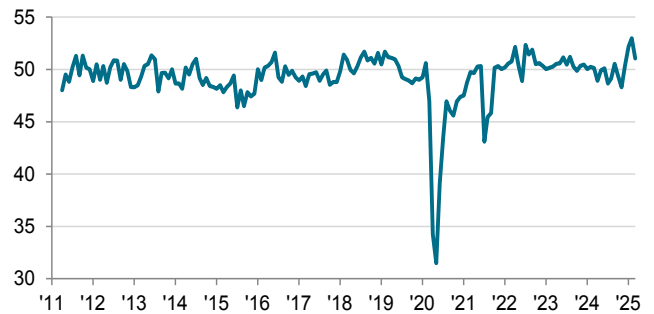
Sementara itu, aktivitas pembelian meningkat pesat pada bulan Maret, seiring dengan meningkatnya kebutuhan produksi. Bersama dengan itu, bukti anekdotal menunjukkan bahwa perusahaan terus membeli dan menyimpan input lebih awal untuk memastikan kebutuhan produksi terpenuhi, sehingga inventaris praproduksi naik lima bulan berturut-turut. Namun, kenaikan permintaan input menambah tekanan pada pemasok, karena waktu pengiriman rata-rata yang makin panjang selama empat bulan berturut-turut, meski hanya sedikit.

Sejak Desember 2019, produsen barang Indonesia terus melaporkan kenaikan harga input dalam survei terbaru. Tingkat inflasi menguat namun berkurang dari kondisi pada bulan Februari dan masih di bawah rata-rata jangka panjang. Ketika harga naik, umumnya berkaitan dengan kenaikan harga bahan baku, sedangkan faktor nilai tukar berpengaruh terhadap harga barang impor. Perusahaan berupaya mengalihkan kenaikan biaya input ke klien dengan menaikkan harga pabrik. Namun, laju kenaikan masih tipis.

Ke depannya, produsen Indonesia menunjukkan optimisme kuat terhadap perkiraan tahun mendatang. Tingkat kepercayaan diri sedikit berubah dari posisi tertinggi dalam 35 bulan pada bulan Februari. Optimisme didorong oleh harapan bahwa pengembangan produk baru dan perbaikan ekonomi berkelanjutan akan terus mendukung permintaan baru dan produksi.

Indeks Pekerjaan PMI Manufaktur Indonesia

sa, >50 = pertumbuhan sejak bulan sebelumnya



Sumber: S&P Global PMI.

Contact

Usamah Bhatti
Ekonom
S&P Global Market Intelligence
Telepon: +44 1344 328 370
usamah.bhatti@spglobal.com

SungHa Park
Komunikasi Perusahaan
S&P Global PMI Market Intelligence
Telepon: +81 3 6262 1757
sungha.park@spglobal.com
press.mi@spglobal.com

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari S&P Global PMI, silakan email press.mi@spglobal.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).

Metodologi survei

PMI® Manufaktur Indonesia dari S&P Global PMI disusun oleh S&P Global PMI berdasarkan jawaban-jawaban kuesioner bulanan yang dikirimkan kepada manajer pembelian yang tergabung dalam satu panel terdiri dari sekitar 400 perusahaan manufaktur. Panel tersebut dikelompokkan berdasarkan ukuran sektor dan tenaga kerja perusahaan secara terperinci, berdasarkan kontribusinya terhadap GDP. Pengumpulan data dimulai pada bulan April 2011.

Tanggapan survei dikumpulkan pada pertengahan kedua setiap bulan dan menunjukkan arah perubahan dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Indeks difusi dihitung untuk setiap variabel survei. Indeks adalah jumlah persentase tanggapan 'kenaikan' dan setengah persentase tanggapan 'tidak ada perubahan'. Indeks bervariasi antara 0 dan 100, dengan data di atas 50 yang menunjukkan kenaikan secara keseluruhan dibandingkan dengan bulan sebelumnya, dan di bawah 50 keseluruhan penurunan. Indeks kemudian disesuaikan secara berkala.

Data utama adalah Purchasing Managers' Index™ (PMI). PMI adalah rata-rata terukur dari indeks-indeks berikut ini: Permintaan Baru (30%), Output (25%), Ketenagakerjaan (20%), Waktu Pengiriman dari Pemasok (15%) dan Stok Pembelian (10%). Untuk kalkulasi PMI, Indeks Waktu Pengiriman dari Pemasok dibalik sehingga bergerak ke arah yang sama dengan indeks lainnya.

Data survei yang mendasari tidak direvisi setelah publikasi, namun faktor penyesuaian secara berkala mungkin berubah dari waktu ke waktu sesuai kebutuhan yang akan memengaruhi rangkaian data yang disesuaikan secara berkala.

Untuk informasi lebih lanjut tentang metodologi survei PMI, silakan hubungi economics@spglobal.com.

Penafian

Hak kekayaan intelektual atas data yang disajikan di sini dimiliki oleh atau dilisensikan kepada S&P Global dan/atau afiliasinya. Setiap penggunaan yang tidak sah, termasuk namun tidak terbatas pada menyalin, menyebarkan, memindahkan atau sebaliknya data apa pun yang ada tidak diizinkan tanpa persetujuan dari S&P Global. S&P Global tidak akan bertanggung jawab, bertugas atau berkewajiban apa pun atas konten atau informasi ("Data") yang terkandung di sini, kesalahan, ketidakakuratan, kelalaian atau keterlambatan pada Data, atau untuk setiap tindakan yang diambil dengan mengandalkan data. Dalam hal apa pun, S&P Global tidak bertanggung jawab atas segala kerusakan khusus, insidental, atau konsekuensial, yang timbul dari penggunaan Data. Purchasing Managers' Index™ dan PMI® adalah merek dagang atau merek dagang terdaftar milik S&P Global Inc atau dilisensikan kepada S&P Global Inc dan/atau afiliasinya.

Konten ini diterbitkan oleh S&P Global Market Intelligence dan bukan oleh S&P Global Ratings, yang merupakan divisi terpisah S&P Global. Memperbanyak informasi, data atau material, termasuk rating ("Konten") dalam bentuk apa pun dilarang kecuali atas izin tertulis dari pihak terkait. Pihak tersebut, termasuk afiliasi dan pemasok ("Penyedia Konten") tidak menjamin akurasi, kecukupan, kelengkapan, ketepatan waktu atau ketersediaan Konten apa pun dan tidak bertanggung jawab atas kesalahan atau penghilangan (lalai atau sebaliknya), apa pun penyebabnya, atau akibat dari penggunaan Konten tersebut. Penyedia Konten tidak bertanggung jawab atas kerusakan, biaya, pengeluaran, atau biaya hukum, atau kerugian (termasuk hilangnya pendapatan atau hilangnya keuntungan dan biaya peluang) berkaitan dengan penggunaan Konten.

PMI®

by **S&P Global**