

PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global

Pesanan baru sektor manufaktur meningkat selama enam bulan berturut-turut

Januari 2025

Pesanan baru dan produksi meningkat

Kepercayaan diri membaik mencapai posisi tertinggi dalam sepuluh bulan

Ketenagakerjaan turun untuk pertama kali sejak bulan Juli 2025

Sektor manufaktur Indonesia mencatat peningkatan berkelanjutan pada awal tahun 2026.

Output dan pesanan baru meningkat dengan laju lebih cepat pada bulan Januari, dengan pesanan baru memperpanjang periode ekspansi saat ini menjadi enam bulan berturut-turut. Tanda-tanda permintaan yang positif juga mendorong perusahaan untuk meningkatkan aktivitas pembelian dan persediaan guna mengantisipasi arus pesanan baru. Perusahaan juga menyatakan bahwa tingkat pekerjaan yang belum terselesaikan terus meningkat seiring dengan permintaan, tekanan kapasitas yang semakin diperparah oleh penurunan ketenagakerjaan. Sementara itu, optimisme terhadap prospek produksi dalam 12 bulan mendatang menguat pada bulan Januari dan mencapai level tertinggi sejak bulan Maret 2025.

Headline *Purchasing Managers' Index*[™] (PMI[®]) Manufaktur Indonesia dari S&P Global tercatat di atas 50,0 tanda netral selama enam bulan berturut-turut pada awal tahun menunjukkan kondisi bisnis di sektor manufaktur makin menguat. Peningkatan tergolong sedang, indeks headline tercatat di angka 52,6 pada bulan Januari, naik dari 51,2 pada bulan Desember, menunjukkan pertumbuhan terus menguat.

Data survei terkini menunjukkan ekspansi berkelanjutan pada pesanan baru pada bulan Januari. Kenaikan merupakan yang keenam dalam beberapa bulan, namun lebih kuat dari bulan sebelumnya. Perusahaan sering mengaitkan kenaikan dengan permintaan pasar atas barang yang meningkat. Kondisi permintaan nampaknya didorong oleh perekonomian domestik karena permintaan internasional menurun selama lima bulan terakhir di tengah penurunan laporan bahwa tarif menghambat permintaan luar negeri.

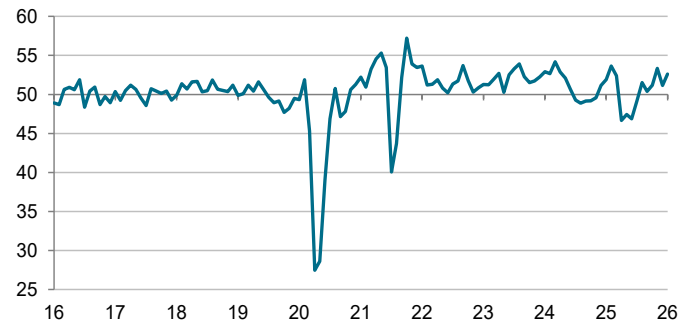
Sejalan dengan permintaan baru yang terus bertumbuh, produksi naik pada bulan Januari. Output naik selama tiga bulan berjalan dan merupakan yang tercepat kedua dalam 11 bulan.

Kenaikan kebutuhan produksi dan kondisi permintaan yang membaik mendorong perusahaan untuk menaikkan pembelian input selama enam bulan berturut-turut. Perusahaan juga melaporkan upaya menaikkan inventaris pra dan pasca produksi untuk mempersiapkan kenaikan produksi di tengah permintaan yang terus naik. Namun, dari sisi pasokan, waktu tunggu rata-rata input meningkat tajam dalam kurun waktu lebih dari empat tahun akibat cuaca buruk yang membebani kinerja pemasok.

Perusahaan percaya diri bahwa pertumbuhan akan terus berlanjut dengan kepercayaan diri tentang perkiraan output 12 bulan mendatang naik dari kondisi bulan Desember dan merupakan yang paling tinggi dalam 10 bulan.

PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global

Indeks, sa, >50 = peningkatan m/m



Data dikumpulkan pada tanggal 12-23 Januari 2026.

Sumber: S&P Global PMI. ©2026 S&P Global.

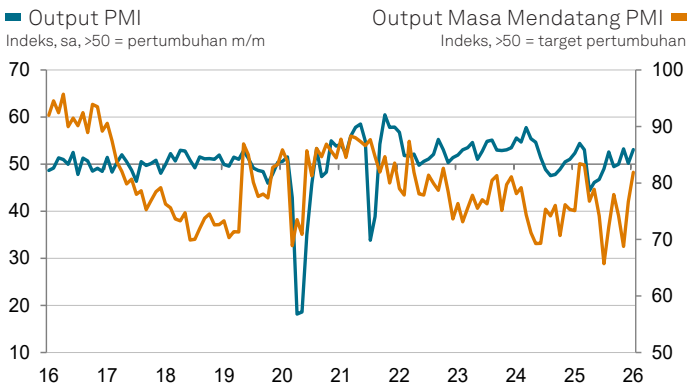
Tanggapan

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

"Perekonomian manufaktur Indonesia sedikit membaik pada bulan Januari, didorong oleh peningkatan berkelanjutan pada output dan permintaan baru. Sekali lagi, nampaknya ekspansi didorong oleh perekonomian domestik karena permintaan ekspor baru mengalami kontraksi berkelanjutan.

"Perusahaan yakin bahwa kondisi permintaan yang lebih kuat pada awal tahun 2026 akan berlanjut sepanjang sisa tahun ini, bersamaan tumpukan pekerjaan sebagai indikator aktivitas jangka pendek naik tiga bulan berturut-turut. Pada saat yang sama, kepercayaan diri tentang perkiraan 12 bulan mendatang juga menguat ke level tertinggi sejak bulan Maret lalu."

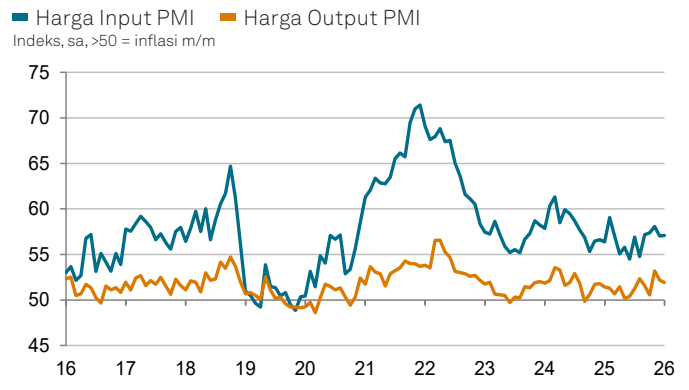
PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global



Sumber: S&P Global PMI. ©2026 S&P Global.

Sementara itu, tingkat pekerjaan yang belum terselesaikan meningkat selama tiga bulan berturut-turut, bersamaan pesanan baru yang masuk terus naik menekan kapasitas. Tekanan kapasitas diperparah oleh penurunan ketenagakerjaan pertama kali dalam enam bulan. Namun, penurunan tergolong marginal.

Dari segi harga, inflasi biaya input tercatat tinggi, namun relatif tidak berubah dibanding bulan sebelumnya dan masih di bawah rata-rata seri data. Panelis mencatat bahwa kenaikan menyeluruh pada harga bahan baku mendorong kenaikan beban biaya. Perusahaan berupaya meneruskan sebagian beban ini kepada klien selama bulan Januari, karena output naik meski pada laju paling lambat selama tiga bulan.



Sumber: S&P Global PMI. ©2026 S&P Global.

Kontak

Usamah Bhatti
Ekonom
S&P Global Market Intelligence
Telepon: +44-1344 328370
usamah.bhatti@spglobal.com

Eri Amano
Manajer Komunikasi Senior Asia
Pasifik
S&P Global Market Intelligence
Telepon: +81 (0) 80 3714 7658
eri.amano@spglobal.com
press.mi@spglobal.com

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

Metodologi

PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global PMI disusun oleh PMI S&P Global 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, biaya hukum, atau kerugian (termasuk hilangnya pendapatan atau hilangnya keuntungan dan biaya peluang) berkaitan dengan penggunaan Konten.