

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

PMI naik ke posisi tertinggi dalam lima bulan pada bulan April

Poin-poin pokok:

- Produksi naik pada laju tercepat selama tahun 2019
- Penjualan ekspor naik untuk pertama kalinya sejak bulan Juli 2018
- Inflasi harga input berada pada posisi terendah dalam 32 bulan

Pelaku manufaktur ASEAN melihat sedikit perbaikan kondisi operasional pada bulan April, menurut headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei**, yang disusun oleh IHS Markit.

Headline PMI naik dari 50,3 pada bulan Maret ke 50,4 pada bulan April. Meski menunjukkan kenaikan kecil pada kondisi operasional, namun angka tersebut merupakan yang tertinggi selama lima bulan dan secara umum sejajar dengan rata-rata jangka panjang.

Produsen barang di seluruh wilayah ASEAN mencatat pertumbuhan output lebih cepat pada awal triwulan kedua. Hal ini dipicu oleh kenaikan yang lebih cepat, meski masih tergolong marginal, yaitu kenaikan permintaan baru yang didukung oleh kenaikan pertama pada ekspor penjualan sejak bulan Juli lalu.

Dengan demikian, perusahaan terus menaikkan ketenagakerjaan pada bulan April, yang mencatat laju penciptaan kerja tercepat pada tahun ini. Akan tetapi, pembelian input gagal naik, yang menyebabkan penurunan pada level stok.

Lima dari tujuh negara peserta survei melihat penguatan kondisi bisnis pada bulan April, dengan tiga di antaranya mencatat pertumbuhan lebih cepat dibandingkan pada bulan Maret. Myanmar terus memimpin peringkat, mencatat kenaikan tercepat gabungan pada produksi selama satu tahun. Vietnam juga mengalami perbaikan kondisi bisnis pada laju yang lebih cepat, yang menempatkannya di posisi kedua.

Thailand beranjak naik ke posisi ketiga di peringkat regional setelah mengalami percepatan pertumbuhan, sementara Indonesia dan Filipina keduanya mengalami pertumbuhan yang lemah. Secara keseluruhan, ketiga negara mencatat kenaikan marginal pada kondisi bisnis.

Malaysia dan Singapura masih bertahan di peringkat terbawah, dengan headline PMI menunjukkan penurunan lebih jauh pada kondisi kesehatan sektor manufaktur mereka. Akan tetapi, tingkat penurunan di Malaysia lebih kecil dibandingkan pada bulan Maret.

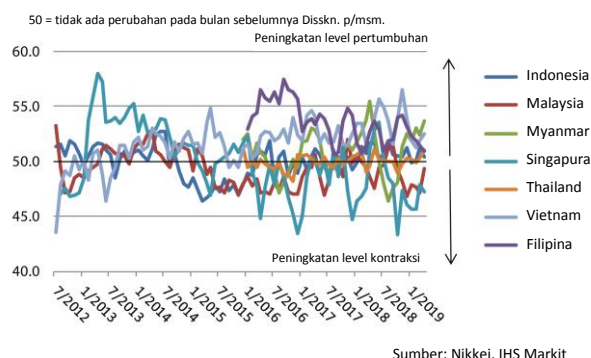
Peringkat negara menurut PMI™ Manufaktur

April	PMI	Perubahan yang terlihat
Myanmar	53,7	Kenaikan solid (lebih cepat dibandingkan bulan Maret)
Vietnam	52,5	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibandingkan bulan Maret)
Thailand	51,0	Kenaikan marginal (lebih cepat dibandingkan bulan Maret)
Filipina	50,9	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Indonesia	50,4	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Malaysia	49,4	Penurunan marginal (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Singapura	47,3	Penurunan tajam (lebih cepat dibandingkan bulan Maret)

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei



PMI™ Manufaktur Nasional



Berlanjut...

Pertumbuhan output di sektor manufaktur ASEAN naik ke tingkat lebih tertinggi dalam empat bulan pada bulan April. Hal ini secara umum berkaitan dengan kenaikan yang lebih cepat pada permintaan baru, yang naik hanya pada kisaran kecil pada bulan Maret. Khususnya, perusahaan melihat perbaikan pertama kali pada penjualan ekspor baru selama sembilan bulan meski hanya pada kisaran kecil.

Namun demikian, aktivitas pembelian berkurang karena perusahaan melaporkan sedikit perubahan pada pembelian input. Meski lima negara peserta menaikkan pembelian sejalan dengan kenaikan output, namun tiga di antaranya melaporkan kenaikan yang lebih lambat dibandingkan pada bulan Maret.

Sementara itu, stok barang pra- maupun pascaproduksi terus menurun karena perusahaan menggunakan inventori yang ada dalam jumlah yang lebih banyak. Hal ini sangat membantu mempercepat waktu pengiriman pemasok, dengan kinerja pemasok semakin meningkat pada kisaran tercepat dalam dua setengah tahun.

Kabar baiknya, ketenagakerjaan mengalami ekspansi selama tiga bulan berturut-turut selama bulan April. Vietnam mencatat kenaikan paling tajam pada jumlah tenaga kerja, setelah mengalami penurunan berkelanjutan. Secara keseluruhan, perusahaan manufaktur ASEAN mampu menyelesaikan penumpukan pekerjaan pada laju tingkat sedang.

Harga input mengalami kenaikan tingkat sedang, meski tingkat inflasi masih rendah dibandingkan rata-rata survei. Panelis yang melaporkan kenaikan harga mengaitkan hal ini dengan kenaikan harga baja dan minyak, sementara beberapa lainnya mengemukakan tentang kekurangan bahan baku yang menyebabkan tekanan beban biaya. Namun demikian, harga input naik pada laju paling rendah dalam kurun waktu hampir tiga tahun.

Melihat ke depan, kepercayaan bisnis terhadap output masa mendatang bertahan positif dan sedikit naik dibandingkan pada bulan Maret. Filipina terus mencatat kenaikan tingkat sentimen positif, sementara tingkat optimisme terendah terlihat di Myanmar.

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur ASEAN, **David Owen, Ekonom** di IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“PMI ASEAN naik pada kisaran kecil pada awal triwulan kedua, menunjukkan penurunan ekspansi di sektor manufaktur. Meski output tumbuh pada laju yang cepat, namun kenaikan tersebut masih lemah dibandingkan dengan akhir tahun lalu. Terlebih lagi, kenaikan terpusat di Myanmar dan Thailand, sedangkan semua negara lain mengalami pertumbuhan tingkat rendah atau malah mengalami penurunan.

“Walaupun demikian, faktor dari segi permintaan nampaknya masih akan terus tumbuh, terutama untuk pasar asing. Permintaan ekspor baru naik untuk pertama kalinya sejak bulan Juli lalu, meski hanya pada kisaran kecil. Kenaikan ini mendukung kenaikan paling cepat pada total permintaan baru selama tujuh bulan, yang mendorong optimisme perusahaan yang terkena dampak oleh perang dagang berkelanjutan.

“Dengan perundingan yang terus berlanjut antara AS dan Tiongkok, perusahaan sangat mengharapkan hal tersebut akan berdampak pada pengurangan tekanan tarif. Bagaimanapun juga, pasar di wilayah tersebut nampaknya akan dibuka pada awal triwulan kedua, yang diharapkan dapat memperkuat pertumbuhan pada beberapa bulan mendatang.”

-Selesai-

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei disponsori oleh **NIKKEI**

Nikkei adalah organisasi media dengan penerbitan surat kabar sebagai intinya. Surat kabar harian andalan kami, The Nikkei, memiliki sekitar dua setengah juta pelanggan. Distribusi media multi-platform Nikkei juga termasuk online, penyiaran dan majalah.

Sejak kami memulai di tahun 1876 sebagai Chugai Bukka Shimo (Domestic and Foreign Prices News), kami telah menyajikan laporan yang berkualitas dengan mempertahankan keadilan dan ketidakberpihakan. Merek Nikkei telah identik dengan kepercayaan di negara asal dan di luar negeri.

Nikkei Inc. menawarkan berbagai platform media guna memenuhi berbagai macam kebutuhan pembaca kami. Dengan inti dari layanan-layanan tersebut adalah The Nikkei yang memiliki sirkulasi sekitar dua setengah juta. Penawaran yang lebih menarik adalah konten premium dan teknologi digital yang kuat. Jumlah pelanggan berbayar untuk Edisi Online Nikkei, yang diluncurkan pada tahun 2010, telah melebihi 500.000. Layanan online berbayar kami memiliki jumlah pembaca salah satu dari yang terbanyak di antara penerbit surat kabar dunia. Delapan tahun setelah pembentukannya, edisi online ditetapkan untuk berevolusi dari sebuah media penyedia berita untuk pembaca menjadi sebuah alat yang membantu orang memajukan karir mereka.

Di tahun 2013, kami meluncurkan Nikkei Asian Review, sebuah layanan berita berbahasa Inggris yang tersedia secara online maupun dalam bentuk majalah cetak mingguan. Tahun berikutnya, kami membentuk Kantor Pusat Editorial untuk Asia di Bangkok untuk memperluas cakupan kami terhadap berita ekonomi Asia. Dan lagi, kami menggandakan jumlah reporter yang ditempatkan di Asia di luar Jepang. 2014 juga menjadi saksi peluncuran Nikkei Group Asia Pte., perusahaan baru di Singapura yang bertugas menyebarluaskan merek Nikkei di wilayah itu. Tujuan kami adalah untuk menjadikan Nikkei sebagai suara media terkemuka di Asia.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI <http://asia.nikkei.com/> **ASIAN REVIEW**

MEMPERKENALKAN SATU-SATUNYA PUBLIKASI BISNIS YANG MENYAJIKAN WAWASAN TENTANG ASIA UNTUK ANDA, DARI DALAM ASIA KE LUAR ASIA

Dengan lebih banyak reporter dan kontributor di seluruh wilayah dibandingkan dengan publikasi bisnis lain, hanya Nikkei Asian Review dapat memberi Anda wawasan bisnis di Asia dari dalam Asia. Terus ikuti perkembangan berita, analisis dan wawasan terkini dengan cara berlangganan dengan Nikkei Asian Review – tersedia dalam bentuk cetak, online, dan di perangkat seluler dan tablet Anda.



Asia300:

Menyajikan liputan meluas lebih dari 300 perusahaan terkemuka di 11 negara dan wilayah di Asia. Nikkei Asian Review bertujuan untuk membangun pusat terbesar untuk berita korporat Asia melalui pelaporan yang disempurnakan didukung oleh basis data bisnis yang besar dan informasi keuangan perusahaan di wilayah tersebut.



JAPAN UPDATE:

Menjaga Anda tetap up-to-date dengan bisnis dan berita dari Jepang.



SUDUT PANDANG:

Membawa pandangan dari pikiran terkemuka di Asia dari seluruh dunia, termasuk kolom kami "Tea Leaves" (Daun Teh) ditulis oleh beberapa penulis terbaik kami.



POLITIK & EKONOMI:

Mengamati kebijakan fiskal dan moneter, masalah internasional dan banyak lagi.



PASAR:

Analisis mendalam tentang pasar, dengan berita industri terperinci agar Anda tetap dapat mengikuti perkembangan beberapa sektor paling cepat berkembang di wilayah tersebut.



Video:

Simak penjelasan artikel kami oleh analis, saksikan wawancara dengan eksekutif papan atas.



Print Edition:

Pengiriman mingguan konten terbaik dari Nikkei Asian Review ke rumah atau kantor Anda

Untuk keterangan lebih lanjut, hubungi:

IHS Markit (Tentang PMI dan tanggapan)

Bernard Aw, Kepala Ekonom
Telepon +65-6922-4226
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Joanna Vickers, Komunikasi Perusahaan
Telepon +44-207-260-2234
E-mail joanna.vickers@ihsmarkit.com

David Owen, Ekonom
Telepon +44 207 064 6237
Email david.owen@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tentang Nikkei)

Ken Chiba, Deputi Manajer Umum, Kantor Hubungan Masyarakat
Atsushi Kubota, Manajer, Kantor Hubungan Masyarakat
Telepon +81-3-6256-7115
Email koho@nex.nikkei.co.jp

Catatan untuk para Editor:

PMI™ (Purchasing Managers' Index™) Manufaktur ASEAN diproduksi oleh IHS Markit dan berdasarkan data survei asli yang dikumpulkan dari perwakilan panel dari sekitar 2100 perusahaan manufaktur. Data nasional termasuk Indonesia, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Secara bersama-sama, negara-negara tersebut menjelaskan sekitar 98% aktivitas manufaktur ASEAN.

Metodologi survei Purchasing Managers' Index (PMI) telah mengembangkan reputasi luar biasa dalam menyediakan indikasi semutakhir mungkin tentang apa yang sebenarnya terjadi di perekonomian sektor swasta dengan melacak variabel seperti pembelian, ketenagakerjaan, inventaris dan harga. Indeks-indeks tersebut secara luas dipeergunakan oleh bisnis, pemerintah dan analis ekonomi di institusi keuangan untuk membantu memahami kondisi ekonomi dengan lebih baik dan memberikan panduan strategi perusahaan dan investasi. Secara khusus, bank sentral di banyak negara (termasuk European Bank Central) menggunakan data untuk membantu membuat keputusan menentukan tingkat bunga. Survei PMI merupakan indikator pertama kondisi perekonomian yang diterbitkan setiap bulan dan dengan demikian tersedia sebelum data pembandingan yang diproduksi oleh pemerintah.

IHS Markit tidak merevisi data survei yang melandasinya setelah publikasi pertama, tetapi faktor penyesuaian musiman mungkin direvisi dari waktu ke waktu sebagaimana mestinya yang akan berdampak pada rangkaian data yang disesuaikan secara musiman. Data historis terkait dengan angka fundamental (tidak disesuaikan), yang diterbitkan pertama kali dalam rangkaian disesuaikan secara musiman dan selanjutnya data direvisi disediakan untuk yang berlangganan dari IHS Markit. Mohon hubungi economics@ihsmarkit.com.

Tentang IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) adalah perusahaan terkemuka di dunia dalam bidang informasi kritis, analisa, dan solusi bagi industri besar dan pasar yang mengendalikan ekonomi di seluruh dunia. Perusahaan ini memberikan informasi terdepan, analisa, dan solusi bagi konsumen dalam bidang bisnis, keuangan dan pemerintahan, meningkatkan efisiensi operasional mereka dan menyediakan wawasan mendalam yang dapat menghasilkan keputusan yang berdasarkan pengetahuan luas dan mantap. IHS Markit memiliki lebih dari 50.000 pelanggan perusahaan dan pemerintah, termasuk 80 persen peraih Fortune Global 500, dan merupakan institusi keuangan terkemuka dunia.

IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Ltd. dan/atau afiliasinya. Semua nama perusahaan dan produk lainnya mungkin merupakan merek dagang dari pemiliknya masing-masing © 2019 IHS Markit Ltd. Hak cipta dilindungi undang-undang.

Tentang PMI

Survei *Purchasing Managers' Index™* (PMI™) kini tersedia di lebih dari 40 negara dan juga wilayah utama termasuk Zona Eropa. Survei ini adalah survei bisnis paling diminati di dunia, dipilih oleh sejumlah bank sentral, pasar keuangan dan para pembuat keputusan bisnis dikarenakan kemampuan memberikan tren ekonomi terkini, akurat dan indikator unik perbulan yang khas. Untuk mempelajarinya lebih lanjut segera ke <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

Hak kekayaan intelektual PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei yang disebutkan di sini dimiliki oleh atau dilisensikan kepada IHS Markit. Setiap penggunaan yang tidak sah, termasuk namun tidak terbatas pada penyalinan, pendistribusian, penyebaran secara luas, atau segala bentuk penampilan data tidak diizinkan tanpa persetujuan dari IHS Markit. IHS Markit tidak bertanggung jawab, atau berkewajiban berkaitan dengan isi atau informasi ("data") yang terdapat di dalamnya, terhadap setiap kesalahan, ketidakkuratan, kelalaian, atau keterlambatan pada data, atau setiap tindakan yang diambil yang bergantung padanya. Dalam keadaan apapun IHS Markit tidak bertanggung jawab terhadap kerusakan khusus, kerusakan insidental, atau kerusakan konsekuensial, akibat dari penggunaan data. *Purchasing Managers' Index™* dan *PMI™* adalah merek dagang terdaftar dari Markit Economics Limited atau dilisensikan kepada Markit Economics Limited. IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Ltd. dan/atau afiliasinya.

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari IHS Markit, silakan email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#)