

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Pertumbuhan sektor manufaktur melambat pada bulan April

Poin-poin pokok:

- Pertumbuhan output bertahan di posisi sedang disebabkan volume pesanan stagnan secara umum
- Pertumbuhan ketenagakerjaan turun ke posisi terendah dalam tiga bulan
- Biaya input terus menurun

Data dikumpulkan pada 10-23 April

Menurut data PMI terkini, triwulan kedua diawali dengan penurunan momentum pertumbuhan di seluruh sektor manufaktur Indonesia. Perlambatan ekspansi pada output dan permintaan baru yang secara umum stagnan membebani indeks headline. Perusahaan juga menaikkan aktivitas pembelian pada kisaran yang lebih kecil.

Namun demikian, ekspor naik untuk pertama kalinya dalam kurun waktu hampir satu setengah tahun, sementara ketenagakerjaan terus naik. Sentimen bisnis juga bertahan positif. Dari segi harga, tekanan biaya berkurang.

Headline **Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei** yang disesuaikan secara berkala turun ke posisi 50,4 pada bulan April, turun dari 51,2 pada bulan Maret. Angka terkini menunjukkan perbaikan marginal pada kesehatan sektor, menandakan pertumbuhan tingkat sedang pada awal triwulan kedua.

Headline PMI memberikan gambaran tentang kinerja manufaktur di suatu negara yang berasal dari pertanyaan seputar output, permintaan baru, ketenagakerjaan, inventori, dan waktu pengiriman.

Kondisi permintaan pendukung menunjukkan tanda-tanda kelemahan pada awal triwulan kedua. Setelah naik pada bulan Maret, arus permintaan baru sedikit berubah pada bulan April meski permintaan ekspor baru mengalami pertumbuhan. Penjualan luar negeri atas barang produksi Indonesia naik untuk pertama kalinya dalam kurun waktu hampir satu setengah tahun.

Terhentinya permintaan menyebabkan pertumbuhan produksi menurun ke tingkat marginal yang kemudian menyebabkan lambatnya ekspansi aktivitas pembelian. Sehingga, akumulasi stok input

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

juga berkurang. Waktu pengiriman bertahan stabil di tengah kondisi permintaan input yang tergolong sedang.

Sementara itu, stok barang jadi terus menurun pada bulan April meski terbukti bahwa waktu pemenuhan pesanan yang lebih cepat merupakan alasan utama penurunan stok. Data survei juga menunjukkan tanda-tanda keuangan kapasitas lebih jauh karena penumpukan pekerjaan terus menurun.

Meski kondisi permintaan menurun, perusahaan menambah jumlah tenaga kerja pada bulan April, meski tingkat penciptaan lapangan kerja turun ke posisi terendah dalam tiga bulan. Sementara kepercayaan bisnis bertahan positif, ditemukan juga bukti anekdotal tentang penanaman modal. Indeks Output Masa Depan tercatat tepat di atas titik netral 50,0. Alasan optimisme termasuk ekspansi kapasitas yang terencana, aktivitas pemasaran yang lebih besar, perbaikan kualitas produk dan pilihan produk yang lebih banyak.

Biaya input terus menurun dan pada laju tercepat dalam sejarah survei, dengan perusahaan menyebutkan bahwa penguatan nilai tukar dan harga produk pertanian yang terkendali membantu menurunkan pengeluaran. Biaya output secara umum tidak berubah, namun ada laporan penurunan harga untuk menanggapi permintaan klien.

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Bernard Aw**, Kepala Ekonom di IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“Sektor manufaktur Indonesia mengalami ekspansi pada laju yang lebih lambat pada awal triwulan kedua, menurut survei terkini PMI dari Nikkei. Pertumbuhan output sedikit berkurang disebabkan volume pesanan yang stagnan mengarah pada tanda-tanda penurunan permintaan domestik pendukung. Perusahaan menanggapi hal ini dengan menurunkan pembelian input yang kemudian berakibat pada penurunan kepemilikan stok.

“Namun demikian, penurunan ini dapat berjalan sementara, karena perusahaan manufaktur Indonesia terus memperluas kapasitas operasi. Kenaikan penciptaan lapangan kerja pabrik telah tercatat hampir satu tahun, sejalan dengan informasi investasi mesin tambahan. Survei juga menunjukkan tanda-tanda kebangkitan permintaan asing, menandai kenaikan pertama pada permintaan ekspor baru selama kurun waktu hampir satu setengah tahun di tengah laporan kenaikan permintaan dari pasar luar negeri. Terakhir, kepercayaan bisnis bertahan tinggi, dengan optimisme yang didukung oleh ekspansi kapasitas yang terencana, aktivitas pemasaran yang lebih besar dan perbaikan kualitas produk.

“Data survei PMI terkini konsisten dengan tingkat pertumbuhan GDP tahunan sedikit lebih dari 5%.”

PMI™ Manufaktur Indonesia 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 Shippo (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 ini 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 menyebarkan 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.



Asia 300:

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 (0) 207-260-2234
E-mail joanna.vickers@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tentang Nikkei)

Ken Chiba, Deputy 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™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei berdasarkan data yang dikompilasi dari respon bulanan terhadap kuesioner yang dikirimkan kepada eksekutif pembelian di lebih dari 300 perusahaan industry. Panel dikelompokkan secara geografis dan berdasarkan kelompok Klasifikasi Industri Standar (SIC), sesuai dengan kontribusi industri terhadap GDP Indonesia. Sektor manufaktur terbagi dalam 8 kategori utama: Logam Dasar, Kimia & Plastik, Listrik & Optik, Makanan & Minuman, Teknik Mesin, Tekstil & Busana, Kayu & Kertas, dan Transportasi.

Tanggapan survei mencerminkan perubahan, jika ada, bulan ini dibandingkan dengan bulan sebelumnya berdasarkan data yang dikumpulkan pertengahan bulan. Untuk masing-masing indikator 'Laporan' ini menunjukkan persentase penyampaian masing-masing tanggapan, perbedaan netto antara angka tanggapan yang lebih tinggi/baik serta tanggapan yang lebih rendah/buruk, dan indeks 'difusi'. Indeks ini adalah jumlah dari tanggapan positif ditambah setengah dari tanggapan 'sama' tersebut. Indeks difusi memiliki sifat indikator terdapan dan adalah ukuran rangkuman yang mudah, yang menampilkan arah perubahan yang berlaku. Data indeks di atas 50 mengindikasikan peningkatan menyeluruh pada variabel tersebut, sementara itu apabila di bawah 50 maka terjadi penurunan menyeluruh.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei adalah indeks komposit berdasarkan pada lima indeks terpisah dengan pertimbangan berikut ini yang berlaku: Permintaan Baru – 0,3; Output – 0,25; Ketenagakerjaan – 0,2; Waktu Pengiriman dari Pemasok – 0,15; Stok Barang yang Dibeli – 0,1; dengan Indeks Waktu Pengiriman yang dibalik sehingga bergerak ke arah yang sebanding.

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 Indonesia 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, ketidakakuratan, 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. Nikkei menggunakan merek di atas di bawah lisensi. 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](#).