

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

PMI turun ke posisi terendah dalam tiga bulan pada bulan Oktober

Poin-poin pokok:

- Output berekspansi sedang, tetapi permintaan baru menurun
- Tekanan inflasi berada di posisi tertinggi dalam tiga tahun
- Perusahaan bertahan positif terhadap perkiraan bisnis

Data dikumpulkan pada 12-24 Oktober

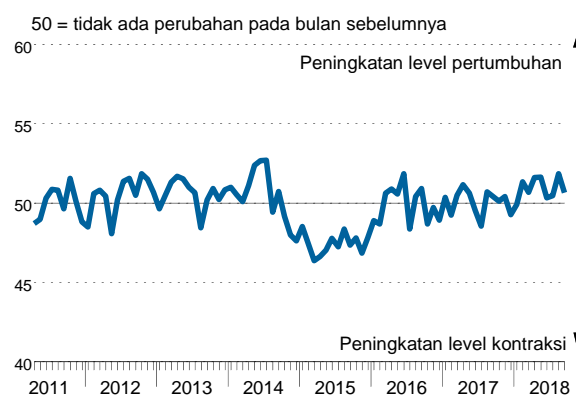
Kondisi manufaktur di seluruh Indonesia membaik pada kisaran lambat di awal triwulan keempat. Kenaikan output dan lapangan kerja mendorong headline PMI pada bulan Oktober, sedangkan perusahaan terus menaikkan aktivitas pembelian dan membangun inventori input.

Akan tetapi, survei juga menunjukkan tanda-tanda penurunan permintaan klien dengan penurunan terlihat pada permintaan baru dan penjualan ekspor. Pada saat yang sama, tekanan inflasi semakin intensif yang didorong oleh melemahnya nilai tukar rupiah. Namun demikian, perusahaan secara umum bertahan positif terhadap perkiraan bisnis jangka yang lebih panjang.

Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur dari Nikkei** yang disesuaikan secara berkala turun ke 50,5 pada bulan Oktober, dari posisi 50,7 pada bulan September, menunjukkan perbaikan kecil pada kondisi kesehatan sektor tersebut. Data tersebut di bawah rata-rata yang terlihat selama sembilan bulan pertama pada tahun ini. Headline PMI memberikan gambaran tentang kinerja manufaktur di suatu negara yang berasal dari pertanyaan seputar output, permintaan baru, ketenagakerjaan, inventori, dan waktu pengiriman.

Data survei terkini menunjukkan penurunan permintaan di awal triwulan keempat. Permintaan baru yang masuk secara umum turun untuk pertama kalinya sejak bulan Januari, yang sebagian disebabkan oleh penurunan tajam pada penjualan ekspor. Akan tetapi, melemahnya kondisi permintaan tidak berdampak besar terhadap volume produksi pada bulan Oktober. Sebaliknya, output terus berekspansi pada tingkat sedang di awal triwulan terakhir pada tahun ini.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Perusahaan menambah tenaga kerja untuk menyesuaikan dengan kenaikan persyaratan produksi. Namun demikian, laju kenaikan lapangan kerja baru hanya pada kisaran rendah. Tingkat pekerjaan yang belum terselesaikan tidak berubah pada bulan Oktober, sehingga mengakhiri periode 52 bulan penurunan penumpukan pekerjaan.

Menanggapi kenaikan output, perusahaan Indonesia menaikkan aktivitas pembelian mereka selama sembilan bulan berturut-turut selama bulan Oktober. Hal ini kemudian memberikan kontribusi terhadap pembangunan stok input. Kebangkitan input menambah beban rantai pasokan. Kinerja vendor kembali turun di awal triwulan keempat. Dilaporkan bahwa masalah transportasi dan masalah dengan dokumen pengiriman sebagai faktor di balik penundaan waktu pengiriman.

Sementara itu, inventori barang jadi menurun dengan bukti anekdotal menunjukkan bahwa waktu pengiriman yang lebih cepat merupakan faktor utama penurunan stok.

Akibat nilai tukar yang melemah dan kenaikan harga bahan baku, pelaku manufaktur Indonesia menghadapi tekanan biaya yang lebih besar. Terutama, inflasi harga input semakin cepat selama lebih dari tiga tahun. Hal ini menyebabkan perusahaan menaikkan biaya output mereka pada kisaran tercepat sejak bulan Oktober 2015.

Berlanjut...

Terakhir, sentimen terhadap perkiraan bisnis tahun mendatang bertahan positif. Indeks Output Masa Depan naik ke posisi tertinggi dalam lima bulan pada bulan Oktober. Alasan atas optimisme tersebut mencakup perkiraan penjualan yang lebih tinggi, produk baru, ekspansi kapasitas terencana, aktivitas pemasaran dan promosi.

Tanggapan:

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

“Sektor manufaktur Indonesia kembali kehilangan momentum di awal triwulan keempat, menggambarkan tanda-tanda penurunan kondisi permintaan sesuai dengan survei terkini PMI dari Nikkei.

“Permintaan baru yang masuk menurun untuk pertama kalinya sejak bulan Januari dibarengi dengan penurunan ekspor. Ini menunjukkan bahwa permintaan domestik dan asing berkurang. Dilaporkan juga bahwa gempa bumi yang terjadi baru-baru ini memengaruhi penjualan, yang mengakibatkan perhatian lebih pada laporan PMI berikutnya.

“Namun demikian, indikator survei lain secara umum lebih menggembirakan. Output terus berekspansi, sedangkan perusahaan terus menaikkan stok input mereka dengan menaikkan aktivitas pembelian. Kepercayaan diri berbisnis terhadap prospek jangka panjang juga bertahan tinggi.

“Walaupun demikian, kekhawatiran utama adalah inflasi yang semakin intensif. Inflasi biaya input dan output mengalami percepatan hingga posisi tertinggi dalam tiga tahun, didorong oleh melemahnya nilai tukar rupiah. Sementara rupiah bertahan stabil terhadap dolar AS pada bulan ini, melemahnya nilai tukar berarti para pelaku manufaktur terus menghadapi tekanan biaya yang lebih besar pada bulan-bulan mendatang akibat kenaikan biaya untuk barang-barang impor.”

- Akhir -

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 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.



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

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon +65 6922-4239
Email jerrine.chia@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 © 2018 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, ketidaktepatan, 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](#).