

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Pertumbuhan sektor manufaktur melemah pada bulan Juni

Poin-poin pokok:

- Kenaikan marginal pada output dan permintaan baru
- Kepercayaan diri berbisnis berada di posisi terendah sejak bulan Oktober 2012
- Ketenagakerjaan naik untuk pertama kalinya dalam tiga bulan

Data dikumpulkan pada 6-22 Juni

Sektor manufaktur Indonesia kehilangan momentum pertumbuhan pada bulan Juni di tengah-tengah kenaikan lambat pada output dan permintaan baru. Kepercayaan diri perusahaan juga berkurang terhadap perkiraan 12 bulan mendatang. Kabar baiknya, ketenagakerjaan naik untuk pertama kalinya dalam tiga bulan (meski hanya pada kisaran rendah).

Selain mengalami perlambatan pertumbuhan output dan permintaan baru, perusahaan juga mencatat tekanan inflasi yang lebih lemah di akhir kuartal kedua.

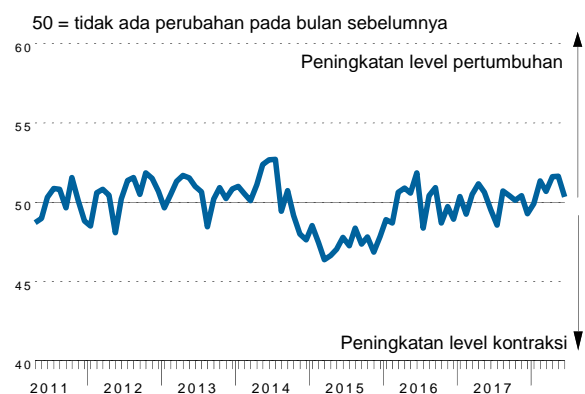
Headline *Purchasing Managers' Index™ (PMI™)* Manufaktur Indonesia dari Nikkei yang disesuaikan secara berkala tercatat pada posisi 50,3 pada bulan Juni, turun dari 51,7 pada bulan Mei dan menunjukkan penguatan marginal pada kondisi kesehatan sektor manufaktur. Kenaikan terakhir merupakan yang paling lemah dalam periode penguatan kondisi operasional selama lima bulan saat ini.

Meski output manufaktur naik selama lima bulan berjalan, tingkat ekspansi pada bulan Juni hanya berkisar marginal dan tergolong lemah sejak bulan Maret. Ketika produksi naik, para panelis melaporkan kenaikan permintaan klien menguat.

Kenaikan bisnis baru juga menunjukkan permintaan yang positif. Walaupun demikian, sebagaimana telah menjadi permasalahan output, tingkat ekspansi permintaan baru hanya berkisar marginal. Sementara itu, permintaan ekspor baru turun selama tujuh bulan berturut-turut.

Para pelaku manufaktur menanggapi persyaratan produksi yang lebih tinggi dengan merekrut lebih banyak staf, ini merupakan yang pertama kali terjadi dalam tiga bulan. Kenaikan penyusunan staf dan pertumbuhan bisnis baru yang relatif lemah menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu menyelesaikan bisnis yang belum terselesaikan pada bulan Juni.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Kenaikan persyaratan produksi juga mendorong perusahaan untuk mengembangkan aktivitas pembelian. Pembelian input telah naik setiap bulannya selama lima bulan terakhir, tetapi ekspansi terakhir merupakan yang paling lemah sejak bulan Maret. Terlebih lagi, kenaikan pembelian tidak cukup untuk mencegah kekurangan stok input. Hal ini pertama kali terjadi dalam tiga bulan. Stok barang jadi juga menurun.

Harga input terus naik pada bulan Juni. Meskipun tergolong mencolok, tingkat inflasi turun hingga posisi terlemah sejak bulan Januari. Harga output juga naik pada laju lebih lambat karena tingkat inflasi menurun dari posisi tertinggi dalam 29 bulan pada bulan Mei. Ketika biaya mengalami kenaikan, para panelis mengaitkan hal ini dengan beban biaya yang lebih tinggi yang diteruskan kepada pelanggan.

Waktu pengiriman dari pemasok diperpanjang di tengah-tengah laporan permasalahan transportasi. Sehingga, tingkat penurunan kinerja pemasok merupakan yang paling lemah dalam periode perpanjangan waktu pemenuhan pesanan 12 bulan saat ini.

Meskipun pelaku manufaktur mengharapkan kenaikan output pada tahun mendatang, namun kepercayaan diri berbisnis menurun ke posisi terendah sejak bulan Oktober 2012 dan merupakan salah satu yang paling lemah sejak survei dimulai pada bulan April tahun yang sama.

Berlanjut...

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Aashna Dodhia**, Ekonom IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“Data PMI menunjukkan bahwa perbaikan kondisi operasional pada bulan Juni merupakan yang paling lemah sejak awal tahun, sehingga menandai hilangnya momentum sejak bulan Mei. Hal ini menggambarkan ekspansi lebih lambat pada output dan permintaan baru.”

“Temuan penting lain adalah bahwa inflasi biaya input mengalami penyesuaian ke posisi paling lemah sejak awal tahun 2018. Beban biaya yang semakin tinggi secara umum dikaitkan dengan melemahnya nilai tukar relatif terhadap dolar AS.”

“Data terakhir menunjukkan bahwa tingkat suku bunga terbaru yang dinaikkan oleh Bank Indonesia guna melindungi rupiah nampaknya menghambat konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa akan sangat menantang bagi pembuat kebijakan untuk memastikan stabilitas finansial tanpa mempertimbangkan pertumbuhan ekonomi selama beberapa bulan mendatang. Khususnya, sentimen berbisnis menurun sejak bulan Oktober 2012 di akhir kuartal kedua.”

- 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 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 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)

Aashna Dodhia, Ekonom
Telepon +44 1491-461-075
Email aashna.dodhia@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon +65 6922-4239
Email jerrine.chia@ihsmarkit.com

Bernard Aw, Kepala Ekonom
Telepon +65 6922-4226
Email bernard.aw@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 industri. 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 terdepan 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 di balik 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 penampikan 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](#).