

# PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

## PMI menunjukkan tanda-tanda kondisi manufaktur yang stagnan

### Poin-poin pokok:

- Output sedikit menurun, namun pekerjaan baru stabil
- Aktivitas pembelian berkurang untuk pertama kalinya dalam kurun waktu lebih dari satu tahun
- Inflasi biaya mencapai posisi terendah sepanjang sejarah survei

Data dikumpulkan pada 12-21 Februari

Kondisi manufaktur Indonesia secara umum stagnan pada pertengahan menuju triwulan pertama. Sedangkan arus permintaan baru stabil, dan ketenagakerjaan naik, output sedikit turun pada bulan Februari. Perusahaan mengurangi aktivitas pembelian dan melaporkan penurunan stok barang jadi.

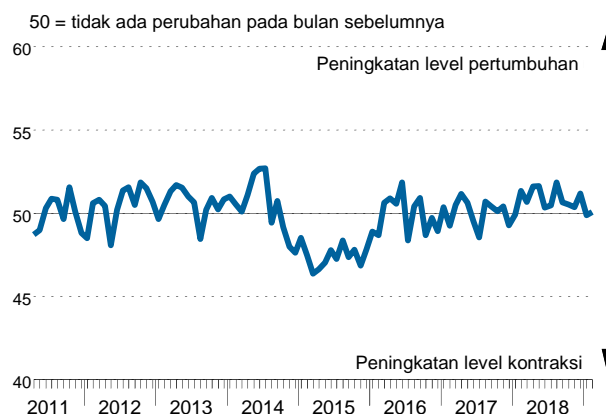
Tekanan inflasi masih lemah, dengan biaya input dan output naik pada kisaran kecil. Kabar gembiranya, pelaku manufaktur secara umum berpandangan positif terhadap perkiraan bisnis.

Headline **Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei** yang disesuaikan secara berkala naik dari 49,9 pada bulan Januari ke posisi 50,1, menunjukkan kondisi di sektor tersebut yang secara umum tidak berubah. Triwulan pertama sejauh ini menunjukkan kondisi stagnan pada perekonomian manufaktur. Headline PMI memberikan gambaran tentang kinerja manufaktur di suatu negara yang berasal dari pertanyaan seputar output, permintaan baru, ketenagakerjaan, inventori, dan waktu pengiriman.

Nampak tanda-tanda stabilisasi pada kondisi permintaan secara keseluruhan pada pertengahan triwulan pertama. Setelah turun pada bulan Januari, permintaan baru yang masuk tidak berubah dari kondisi bulan sebelumnya, meski demikian penjualan ekspor terus menurun. Namun penurunan permintaan klien menyumbang penurunan marginal pada produksi pada bulan Februari.

Meski output menurun, perusahaan merekrut lebih banyak pekerja, yang memungkinkan mereka untuk menyelesaikan penumpukan pekerjaan. Tingkat pekerjaan yang belum terselesaikan turun selama empat bulan berturut-turut dan pada laju tercepat sejak bulan Desember 2017.

### PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Perusahaan terus waspada terhadap inventaris, menurunkan aktivitas pembelian untuk pertama kalinya hanya dalam waktu satu tahun karena alasan yang berkaitan dengan kecukupan stok dan penurunan persyaratan produksi.

Stok pembelian sedikit naik pada bulan Februari, setelah turun selama tiga bulan yang lalu. Sementara itu, inventaris barang jadi turun selama lima belas bulan berturut-turut pada pertengahan triwulan pertama.

Kelesuan input mengurangi beban rantai pasokan. Waktu pengiriman yang lebih cepat dilaporkan untuk pertama kalinya sejak bulan Juni 2017, anggota panel mengaitkan hal ini dengan percepatan layanan pengiriman.

Dari segi harga, tekanan inflasi relatif rendah yang berkaitan dengan nilai tukar yang menguat, menurut bukti anekdotal. Biaya input naik pada laju terendah sepanjang sejarah delapan tahun selama bulan Februari. Perusahaan juga menaikkan harga output pada tingkat marginal.

Terakhir, responden secara umum bersemangat tentang perkiraan bisnis tahun mendatang. Alasan optimisme termasuk variasi produk yang lebih banyak, investasi kapital dan ekspansi bisnis yang terencana.

## Tanggapan:

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

*“Sektor manufaktur Indonesia secara umum masih stagnan pada bulan Februari, menunjukkan tanda-tanda yang mengecewakan untuk triwulan pertama. Volume produksi terus menurun, sedangkan bisnis baru yang masuk tercatat sepi.*

*“Kondisi permintaan yang lemah menyebabkan penurunan berkelanjutan pada penumpukan pekerjaan yang kemudian membebani output pada bulan mendatang. Sementara tekanan inflasi dapat ditangani dengan baik, dengan biaya input dan harga output naik hanya pada kisaran marginal dan pada laju yang lebih lemah dibandingkan tahun lalu. Penguatan nilai tukar secara umum disebutkan sebagai alasan perlambatan inflasi.”*

## 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 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](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi  
Telepon +65 6922-4239  
Email [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto:jerrine.chia@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](mailto: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](mailto:economics@ihsmarkit.com).

### Tentang IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).