

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Sektor manufaktur Indonesia mengalami ekspansi pada bulan Maret

Poin-poin pokok:

- Kenaikan baru pada output dan permintaan baru
- Perusahaan menaikkan aktivitas pembelian dan mengumpulkan stok input
- Biaya input turun untuk pertama kalinya selama survei

Data dikumpulkan pada 12-22 Maret

Data survei menunjukkan perbaikan pada kondisi sektor manufaktur Indonesia pada akhir triwulan pertama. Kenaikan pertama pada output dan permintaan baru setelah tiga bulan membantu membangkitkan indeks headline. Ketenagakerjaan terus naik, sementara perusahaan menaikkan aktivitas pembelian dan mengumpulkan stok input. Sentimen bisnis juga bertahan kuat. Dari segi harga, biaya input menurun, sementara biaya output naik pada laju lebih rendah.

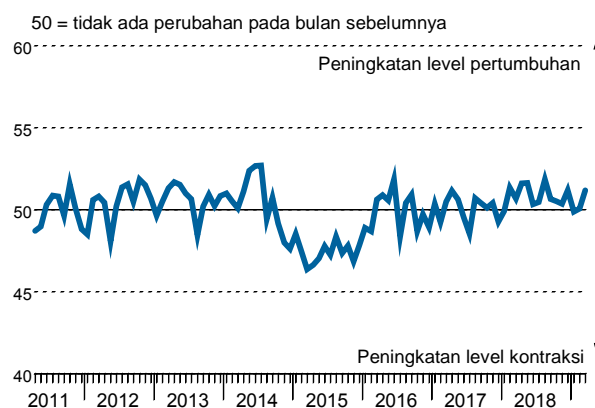
Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei** yang disesuaikan secara berkala naik ke posisi 51,2 pada bulan Maret dari posisi bulan Februari 50,1. Angka terkini menunjukkan kenaikan tingkat sedang pada kondisi kesehatan sektor. Secara keseluruhan, data survei menunjukkan ekspansi marginal pada perekonomian manufaktur selama triwulan pertama.

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

Bulan Maret menunjukkan tanda-tanda penguatan permintaan. Arus permintaan baru naik dari bulan sebelumnya meski penjualan ekspor terus menurun. Menanggapi kenaikan permintaan, volume produksi meningkat untuk pertama kali dalam tiga bulan.

Kenaikan output mendorong perusahaan untuk menaikkan aktivitas pembelian dan membangun inventaris material input. Bahkan tingkat kenaikan aktivitas pembelian merupakan yang paling kuat sejak bulan Mei tahun lalu. Akumulasi stok pembelian juga merupakan yang tercepat selama empat setengah tahun dan tergolong solid secara keseluruhan.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Rantai pasokan tidak mengalami banyak tekanan meski input menggeliat naik. Sebaliknya, waktu pengiriman yang lebih cepat dilaporkan pada bulan Maret, meski tingkat percepatan pemenuhan pesanan sedikit lebih lambat dibandingkan bulan Februari.

Sementara itu, ketenagakerjaan manufaktur terus meluas, yang mendukung bisnis untuk tetap bertahan untuk mampu menyelesaikan beban kerja yang belum terselesaikan. Terutama, tingkat bisnis yang belum terselesaikan turun selama lima bulan berturut-turut.

Tren divergensi terlihat untuk indeks harga menunjukkan gambaran inflasi yang tidak menentu pada akhir triwulan pertama. Survei menunjukkan penurunan biaya input untuk pertama kalinya selama delapan tahun survei. Sementara itu, harga output terus naik meski pada laju marginal yang merupakan yang paling lemah selama 31 bulan.

Terakhir, perusahaan tetap optimis tentang perkiraan bisnis pada bulan Maret, dengan 43% panelis memperkirakan kenaikan output selama 12 bulan mendatang. Alasan optimisme termasuk proyeksi kenaikan penjualan, ekspansi bisnis terencana, investasi kapasitas, upaya yang lebih besar pada pemasaran dan aktivitas promosi.

Tanggapan:

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

“Sektor manufaktur Indonesia mengakhiri triwulan pertama dengan catatan positif, dengan data survei PMI dari Nikkei menunjukkan perbaikan pada kondisi bisnis di sektor tersebut selama bulan Maret. Data survei terkini konsisten dengan tingkat pertumbuhan GDP tahunan sekitar 5%.

“Output kembali tumbuh untuk pertama kalinya dalam tiga bulan berbarengan dengan kenaikan total permintaan baru yang masuk. Ini adalah pertanda baik untuk sektor tersebut dalam perjalanan memasuki triwulan kedua. Ekspektasi bisnis juga bertahan tinggi, dengan 43% panelis mengantisipasi kenaikan output selama 12 bulan mendatang. Perusahaan juga menaikkan aktivitas pembelian mereka dan mengumpulkan lebih banyak stok input guna mengantisipasi kenaikan penjualan. Terlebih lagi, penurunan inventori barang jadi utamanya dikaitkan dengan ketepatan waktu pengiriman pesanan, menunjukkan bahwa output nampaknya terus naik pada bulan April untuk memenuhi permintaan.

“Survei menunjukkan penurunan pertama pada biaya input dalam delapan tahun masa survei di tengah-tengah penguatan nilai tukar dan kenaikan pasokan input. Kenaikan biaya output juga yang terendah dalam dua setengah tahun.”

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 ASIAN REVIEW

<http://asia.nikkei.com/>

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 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 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](#).