

# PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

## Pertumbuhan manufaktur ASEAN sedikit turun pada bulan Juni

### Poin-poin pokok:

- Headline PMI turun dari posisi bulan sebelumnya, namun masih relatif stabil
- Kenaikan output dan permintaan baru melemah
- Tingkat optimisme mencapai posisi terendah sepanjang catatan survei

Data PMI™ terkini menunjukkan momentum pertumbuhan stabil pada sektor manufaktur ASEAN di akhir kuartal kedua, dengan kondisi bisnis membaik pada tingkat sedang.

Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei**, yang disusun oleh IHS Markit, turun dari 51,4 pada bulan Mei ke 51,0 pada bulan Juni. Akan tetapi, data terakhir menunjukkan rata-rata perempat tahun terbaik yang terjadi selama empat tahun.

Data survei terus menunjukkan peningkatan yang meluas. Bulan Juni menyaksikan lima dari tujuh negara menunjukkan perbaikan kondisi manufaktur, turun dari enam pada bulan Mei. Myanmar melaporkan tidak ada perubahan pada sektor manufaktur mereka.

Vietnam memperkuat posisinya di peringkat manufaktur PMI ASEAN, disebabkan oleh pertumbuhan sektor produksi barang mereka yang naik ke posisi kedua tercepat dalam sejarah survei. Singapura mengambil alih posisi Filipina di peringkat kedua setelah mencatat perbaikan pada kondisi operasional. Filipina turun ke posisi ketiga, dengan kesehatan perekonomian manufaktur yang naik pada laju lebih lemah dibanding pada bulan Mei.

Indonesia dan Thailand menunjukkan perbaikan lebih kecil pada kondisi manufaktur mereka pada bulan Juni. Myanmar melaporkan tidak ada perubahan pada kondisi operasional mereka. Malaysia masih menjadi satu-satunya negara yang mengalami penurunan kondisi kesehatan sektor manufaktur, meski laju penurunan saat ini lebih kecil dibanding pada bulan Mei.

Berlanjut...

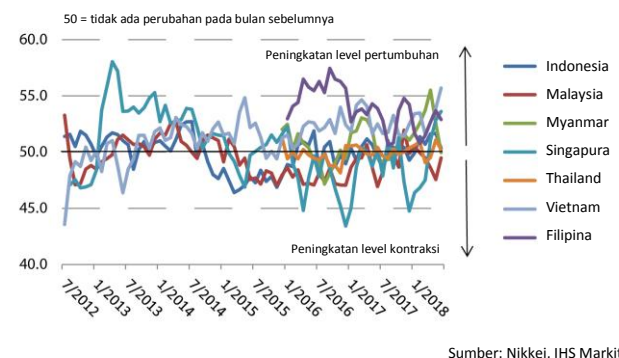
### Peringkat negara menurut PMI™ Manufaktur

	PMI	Perubahan yang terlihat
Vietnam	<b>55,7</b>	Kenaikan tajam (lebih cepat dibanding bulan Mei)
Singapura	<b>53,6</b>	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan Mei)
Filipina	<b>52,9</b>	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Mei)
Indonesia	<b>50,3</b>	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Mei)
Thailand	<b>50,2</b>	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Mei)
Myanmar	<b>50,0</b>	Tidak ada perubahan (perbaikan pada bulan Mei)
Malaysia	<b>49,5</b>	Penurunan marginal (lebih lambat dibanding bulan Mei)

### PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei



### PMI™ Manufaktur Nasional



Kondisi permintaan terus membaik di akhir kuartal kedua. Meskipun total permintaan baru naik pada laju lebih lambat pada bulan Juni, pertumbuhan masih bertahan di atas tren jangka panjang. Data pendukung menunjukkan bahwa permintaan domestik yang menguat sebagai pendorong utama pertumbuhan karena kinerja ekspor menurun. Penjualan luar negeri kembali menurun pada bulan Juni.

Kenaikan berkelanjutan pada output mendorong perusahaan-perusahaan ASEAN untuk menaikkan aktivitas pembelian, meski pada laju yang lemah. Namun demikian, penggunaan input untuk produksi yang lebih besar menyebabkan penurunan lain pada inventori praproduksi yang kemudian membebani headline PMI. Stok pembelian telah menurun selama 21 bulan berturut-turut.

Kenaikan minat untuk input menambah tekanan pada rantai pasokan. Performa pemasok memburuk selama empat bulan berturut-turut pada bulan Juni. Bukti anekdotal mengarah pada kekurangan material di pihak distributor yang sebagian juga mengganggu upaya membangun stok.

Meski output naik, inventori barang jadi menurun di akhir kuartal kedua, sebagaimana telah terjadi setiap bulannya selama tujuh bulan terakhir.

Masih belum nampak tanda-tanda tekanan kapasitas di seluruh wilayah, karena penumpukan pekerjaan yang belum terselesaikan kembali turun pada bulan Juni. Akan tetapi, kapasitas cadangan berkelanjutan tidak mencegah perusahaan untuk merekrut karyawan. Sebaliknya, perolehan lapangan kerja bersih terlihat selama tiga bulan berturut-turut selama bulan Juni, meski tingkat penciptaan lapangan kerja masih kecil.

Pelaku manufaktur di seluruh wilayah ASEAN terus menghadapi inflasi biaya input pada akhir pertengahan tahun ini. Tingkat kenaikan sedikit turun dibanding pada bulan Mei, namun masih tergolong tajam secara keseluruhan. Kekurangan pasokan global dan kenaikan harga bahan baku (khususnya minyak) adalah alasan umum dibalik inflasi. Di beberapa negara, nilai tukar yang tidak menguntungkan memperburuk inflasi impor. Ketujuh negara peserta survei melaporkan kenaikan harga input. Myanmar mengalami kenaikan tajam inflasi biaya, diikuti oleh Filipina. Konsisten dengan kenaikan biaya, harga jual rata-rata juga naik, dengan Filipina mencatat laju inflasi tercepat.

Harapan bisnis terkait output pada tahun mendatang menurun pada bulan Juni. Meski masih berada di teritori positif, Indeks Output Masa Depan turun ke posisi terendah sepanjang catatan survei.

### Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur ASEAN, **Bernard Aw, kepala ekonom** di IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

*“Sektor manufaktur ASEAN memiliki catatan perempat tahun terbaik dalam empat tahun, menurut data PMI terkini. Akan tetapi, optimisme perusahaan tentang prospek jangka panjang turun pada bulan Juni.*

*“Survei terakhir PMI dari Nikkei mengarah pada ekspansi stabil untuk pelaku manufaktur ASEAN di akhir kuartal kedua, dengan data headline yang kurang lebih sama hingga beberapa bulan terakhir dan di atas rata-rata historis. Namun demikian, baik output maupun permintaan baru tumbuh pada laju yang lebih lambat sedangkan permintaan ekspor melemah.*

*“Yang lebih mengkhawatirkan adalah permintaan baru kini tumbuh pada kisaran yang lebih lambat dibanding output selama tiga bulan berturut-turut, menunjukkan bahwa kemungkinan kapasitas produksi mulai tertekan dalam beberapa bulan mendatang. Terlebih lagi, kepercayaan diri berbisnis berkaitan dengan output masa depan turun ke posisi terendah sepanjang survei.*

*“Hal lain yang juga mengkhawatirkan adalah potensi dampak negatif yang timbul dari rantai pasokan yang tertekan. Sementara penurunan kinerja pemasok masih tergolong ringan, kekurangan pasokan global dan kenaikan harga untuk bahan baku, khususnya minyak, dapat membebani pasokan dan memicu tekanan inflasi.*

*“Kenaikan harga kemudian akan membuat bank sentral di seluruh wilayah lebih waspada pada saat pembuat kebijakan mengkhawatirkan tentang potensi dampak merusak dari kenaikan ketegangan perdagangan pada perekonomian mereka.”*

-Selesai-

## PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei disponsori oleh

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 Shimpō (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 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/>

### **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.



**Asia300:**

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  
E-mail [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto: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](mailto:koho@nex.nikkei.co.jp)

## Catatan untuk para Editor:

PMI™ (Purchasing Managers' Index™) Manufaktur ASEAN diproduksi oleh IHS Markit dan berdasarkan data survei asli yang dikumpulkan dari perwakilan panel dari sekitar 2100 perusahaan manufaktur. Data nasional termasuk Indonesia, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Secara bersama-sama, negara-negara tersebut menjelaskan sekitar 98% aktivitas manufaktur ASEAN.

Metodologi survei Purchasing Managers' Index (PMI) telah mengembangkan reputasi luar biasa dalam menyediakan indikasi semutakhir mungkin tentang apa yang sebenarnya terjadi di perekonomian sektor swasta dengan melacak variabel seperti pembelian, ketenagakerjaan, inventaris dan harga. Indeks-indeks tersebut secara luas dipeergunakan oleh bisnis, pemerintah dan analis ekonomi di institusi keuangan untuk membantu memahami kondisi ekonomi dengan lebih baik dan memberikan panduan strategi perusahaan dan investasi. Secara khusus, bank sentral di banyak negara (termasuk European Bank Central) menggunakan data untuk membantu membuat keputusan menentukan tingkat bunga. Survei PMI merupakan indikator pertama kondisi perekonomian yang diterbitkan setiap bulan dan dengan demikian tersedia sebelum data pembandingan yang diproduksi oleh pemerintah.

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 berlangsung 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 © 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 mempelajari lebih lanjut segera ke <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

Hak kekayaan intelektual PMI™ Manufaktur ASEAN 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. 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](#)