

# PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Kondisi Manufaktur ASEAN memburuk untuk pertama kalinya pada tahun ini

## Poin-poin pokok:

- Penurunan baik pada output dan total permintaan baru membebani headline PMI
- Penurunan baru pada penjualan ekspor setelah masa ekspansi selama Q2
- Tekanan inflasi terus membaik

## Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan Juli

	PMI	Perubahan yang terlihat
Filipina	<b>52,8</b>	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Juni)
Vietnam	<b>51,7</b>	Kenaikan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan Juni)
Thailand	<b>49,6</b>	Penurunan marginal (perubahan arah)
Myanmar	<b>49,1</b>	Penurunan marginal (lebih cepat dibanding bulan Juni)
Indonesia	<b>48,6</b>	Penurunan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan Juni)
Malaysia	<b>48,3</b>	Penurunan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan Juni)
Singapura	<b>47,9</b>	Penurunan tingkat sedang (perubahan arah)

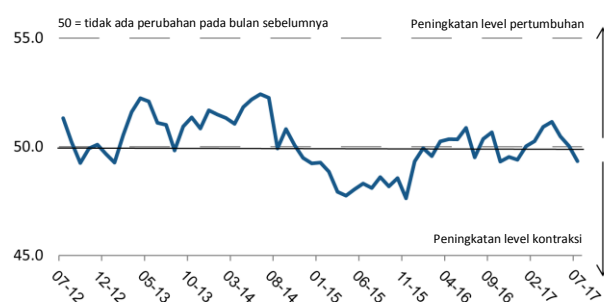
Kondisi operasional sektor manufaktur di seluruh wilayah ASEAN memburuk di awal kuartal ketiga, sesuai dengan data survei PMI terakhir.

Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei** turun ke posisi 49,3 pada bulan Juli dari posisi 50,0 pada bulan Juni, menandai penurunan pertama pada kondisi kesehatan sektor tersebut pada tahun ini.

Yang membebani perekonomian manufaktur ASEAN adalah penurunan pada total permintaan baru dan output, yang kemudian membebani perekrutan karyawan. Data bulan Juli menyaksikan lebih banyak negara mengalami penurunan pada kondisi operasional secara keseluruhan. Yaitu, lima negara melaporkan penurunan kondisi bisnis, naik dari tiga negara pada bulan Juni.

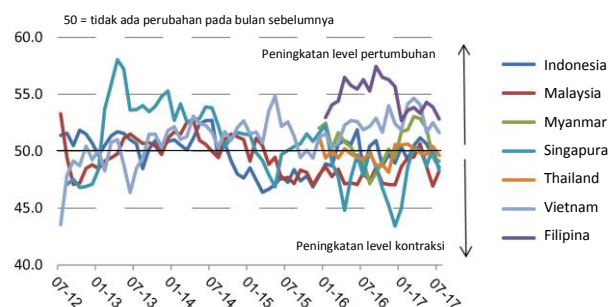
Filipina dan Vietnam masih bertahan di posisi teratas pada bulan Juli dan hanya dua negara tersebut yang mengalami perbaikan kondisi sektor manufaktur.

## PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

## PMI Manufaktur Nasional



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Bahkan, kedua negara menyatakan tingkat perbaikan pada level sedang sejak bulan Juni.

Sementara, Thailand dan Singapura kembali mengalami penurunan setelah menunjukkan perbaikan pada bulan Juni. Indonesia mencatat kondisi bisnis yang memburuk selama dua bulan berturut-turut, dengan tingkat penurunan merupakan yang tercepat dalam satu tahun. Myanmar juga melaporkan melemahnya kondisi sektor manufaktur, meski tingkat penurunan masih tergolong marginal. Malaysia terus menunjukkan penurunan pada kondisi bisnis namun pada laju yang lebih lamban dibandingkan catatan terendah bulan Juni.

Data survei menunjukkan bahwa permintaan untuk barang produksi ASEAN melemah di awal kuartal. Total arus bisnis baru turun untuk pertama kalinya pada tahun ini pada bulan Juli. Melemahnya permintaan tidak hanya terbatas pada pasar domestik, tetapi juga terjadi pada permintaan asing yang ditunjukkan oleh penurunan penjualan ekspor baru setelah mengalami ekspansi di kuartal kedua.

Volume yang lebih rendah pada total bisnis baru mendorong perusahaan untuk mengurangi produksi pada bulan Juli. Penurunan pada output merupakan yang pertama pada tahun ini, dengan tingkat kontraksi terendah sejak bulan November 2015.

Penurunan permintaan secara keseluruhan memaksa pelaku manufaktur ASEAN untuk mengurangi aktivitas pembelian untuk pertama kalinya sejak bulan Januari. Menurunnya aktivitas pembelian kemudian membebani inventaris. Terutama, stok input menurun pada kisaran tercepat pada tahun 2017. Inventaris pascaproduksi juga menurun tetapi pada laju tingkat sedang.

Namun demikian, penundaan pada rantai pasokan terlihat pada periode survei terakhir, meski input mengalami kelesuan sebagaimana ditandai oleh penurunan kinerja pemasok.

Permintaan baru yang lebih rendah menyebabkan penurunan lebih jauh pada penumpukan pekerjaan, menandai kapasitas cadangan di seluruh wilayah yang kemudian berdampak pada perekrutan karyawan. Penurunan pada ketenagakerjaan juga dilaporkan untuk pertama kalinya dalam empat bulan pada bulan Juli.

Dari segi harga, ada tanda-tanda kemunduran lebih lanjut pada tekanan inflasi di awal kuartal ketiga. Inflasi biaya input bergerak ke posisi terendah dalam sembilan bulan namun masih tergolong solid secara keseluruhan. Myanmar masih melaporkan percepatan laju biaya inflasi, sedangkan Filipina bergerak naik ke posisi kedua, dengan Indonesia menyusul setelahnya. Sementara, Malaysia terus melihat kelesuan pada tekanan biaya. Secara keseluruhan, semua negara yang tergabung dalam survei melaporkan kenaikan biaya input pada bulan Juli.

Konsisten dengan kenaikan lambat pada biaya input, harga dari pabrik untuk barang produksi ASEAN naik pada kisaran sedang yang merupakan terendah di tahun ini.

Sementara itu, kepercayaan diri berbisnis turun dari posisi bulan sebelumnya, dan masih menjadi salah satu yang terendah sepanjang survei.

### Tanggapan:

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

*“Perekonomian manufaktur ASEAN mengawali kuartal ketiga dengan catatan yang tidak begitu baik, dengan PMI menunjukkan penurunan pada kondisi operasional secara keseluruhan.*

*“Data terakhir kembali menunjukkan penurunan permintaan klien – yang tidak hanya terjadi pada pasar domestik saja, tetapi juga terjadi pada permintaan asing. Perusahaan-perusahaan di wilayah ASEAN melaporkan penurunan pada total arus bisnis baru untuk pertama kalinya pada tahun ini, dengan penurunan pada penjualan ekspor baru sebagai penyebabnya.*

*“Melemahnya permintaan berdampak pada volume produksi dan penumpukan pekerjaan, yang kemudian membahayakan prospek ketenagakerjaan. Terlebih lagi, optimisme bisnis masih berada di bawah rata-rata jangka panjang, menggambarkan ketidakpastian pertumbuhan manufaktur di seluruh wilayah.”*

-Selesai-

## PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei disponsori oleh **NIKKEI**

Nikkei adalah organisasi media dengan penerbitan surat kabar sebagai intinya. Surat kabar harian andalan kami, The Nikkei, memiliki sekitar tiga juta pelanggan. Distribusi media multi-platform Nikkei juga termasuk online, penyiaran dan majalah.

The Nikkei akan memperingati ulang tahunnya yang ke 140 tahun depan ini. 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 ini dari layanan-layanan tersebut adalah The Nikkei yang memiliki sirkulasi sekitar tiga 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 400.000. Layanan online berbayar kami memiliki jumlah pembaca salah satu dari yang terbanyak di antara penerbit surat kabar dunia. Lima 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.



**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, 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 keahlian untuk menempa 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 utama baik dari kalangan pengusaha maupun pemerintah, termasuk 85 persen peraih Fortune Global 500, dan merupakan institusi keuangan terkemuka dunia. Bermarkas di London, IHS Markit berkomitmen untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan.

IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Ltd. Semua nama perusahaan dan produk lainnya mungkin merupakan merek dagang dari pemiliknya masing-masing © 2017 IHS Markit Ltd. Hak cipta dilindungi undang-undang.

### Tentang PMI

Survei *Purchasing Managers' Index*™ (PMI™) kini tersedia di lebih dari 30 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 [www.markit.com/product/pmi](http://www.markit.com/product/pmi).

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 Limited.

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](#)