

# PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

## Pertumbuhan manufaktur ASEAN meningkat pada bulan April

### Poin-poin pokok:

- Headline PMI mencapai titik tertinggi dalam satu tahun
- Kenaikan lebih cepat pada output dan permintaan baru, dengan terlihatnya pertumbuhan baru dalam pekerjaan
- Tingkat optimisme membaik

Kondisi sektor manufaktur di seluruh wilayah ASEAN membaik pada laju lebih cepat di awal kuartal kedua, menurut headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei**, yang naik dari posisi 50,1 pada bulan Maret ke 51,0 pada bulan April.

Kenaikan lebih cepat pada pesanan baru dan output, serta peningkatan dalam ketenagakerjaan, semua mendorong indeks headline. Namun, inventori output terus menurun.

Mayoritas negara ASEAN yang dimonitor menunjukkan perbaikan pada kesehatan sektor manufaktur mereka. Lima dari tujuh negara peserta survei mencatat nilai PMI di atas tingkat 50,0 netral, naik dari empat negara pada bulan Maret.

Myanmar terus memimpin di peringkat manufaktur ASEAN, sebagaimana pertumbuhan sektor manufakturnya meningkat tajam pada bulan April. Vietnam dan Filipina sama posisinya di peringkat kedua, dengan keduanya mencatat perkembangan lebih cepat dalam kondisi operasional. Kesehatan ekonomi manufaktur Indonesia juga semakin menguat.

Singapura melaporkan adanya perkembangan dalam kondisi operasional untuk pertama kali dalam enam bulan, sementara Thailand tetap mengalami penurunan, meskipun tingkat penurunannya melemah sejak bulan Maret. Malaysia juga memperlihatkan melemahnya kesehatan sektor manufaktur mereka, dengan laju penurunan yang tertajam sejak bulan Oktober 2017.

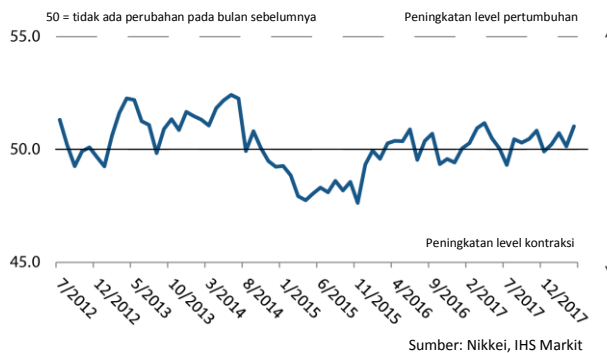
Secara keseluruhan, permintaan klien membaik di seluruh wilayah pada bulan April. Data terakhir menunjukkan permintaan domestik yang lebih kuat sebagai kunci pendorong pertumbuhan, sementara penjualan ekspor menurun. Khususnya, permintaan baru meningkat hingga posisi tertinggi sejauh ini pada tahun 2018.

Berlanjut...

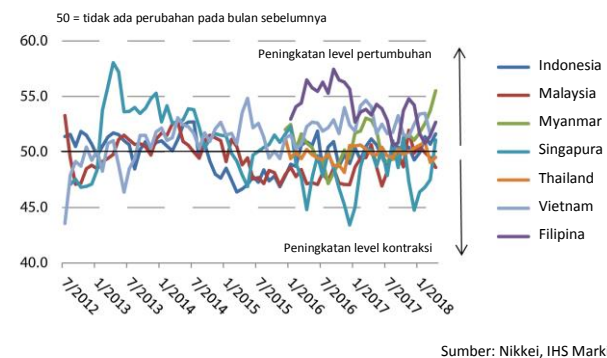
### Peringkat negara menurut PMI™ Manufaktur

	PMI	Perubahan yang terlihat
Myanmar	<b>55,5</b>	Kenaikan tajam (lebih cepat dibanding bulan Maret)
Vietnam	<b>52,7</b>	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan Maret)
Filipina	<b>52,7</b>	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan Maret)
Indonesia	<b>51,6</b>	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan Maret)
Singapura	<b>51,1</b>	Kenaikan tingkat sedang (perubahan arah)
Thailand	<b>49,5</b>	Penurunan marginal (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Malaysia	<b>48,6</b>	Penurunan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan Maret)

### PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei



### PMI™ Manufaktur Nasional



Kondisi permintaan yang lebih kuat membuat para manufaktur semakin meningkatkan produksi di seluruh wilayah. Laju pertumbuhan output lebih cepat dari bulan Maret menjadi yang terkuat sepanjang satu tahun.

Menanggapi penjualan yang meningkat, sejumlah perusahaan mendongkrak tingkat penyusunan karyawannya. Namun demikian, tingkat ekspansi pada ketenagakerjaan hanya marginal. Sebagian penyebabnya adalah pendapatan pekerjaan dibatasi oleh tanda-tanda berkelanjutan dari kapasitas cadangan di dalam sektor manufaktur ASEAN. Penumpukan pekerjaan yang belum terselesaikan terus menurun pada bulan April, melanjutkan rangkaian terkini menjadi hampir empat tahun.

Produsen barang-barang juga meningkatkan aktivitas pembelian pada bulan April. Pertumbuhan pada pembelian input merupakan yang terkuat selama lebih dari tiga setengah tahun. Permintaan input yang meningkat semakin menekan rantai pasokan. Data survei menunjukkan waktu pengiriman lebih lama selama dua bulan berjalan, dengan laju tercepat di mana waktu pemenuhan pesanan diperpanjang sejak bulan Oktober. Laporan mengenai kekurangan pasokan terdapat di seluruh wilayah, termasuk bahan baku seperti kertas dan logam industri.

Aktivitas pembelian yang lebih besar dan peningkatan produksi tidak dapat mendorong tingkat inventori. Sebaliknya, inventori dari pembelian dan barang jadi keduanya menurun lebih jauh, walaupun pada laju lebih lambat.

Dari sisi harga, beban biaya yang lebih tinggi dilaporkan lagi selama bulan April. Meskipun laju inflasi biaya input termasuk yang terlambat selama enam bulan, angka tersebut tetap signifikan. Para produsen Filipina terus menghadapi kenaikan terkuat pada biaya pembelian di seluruh wilayah. Walaupun demikian, semua negara kecuali Thailand dan Vietnam mengalami kenaikan yang lebih lemah pada harga input. Biaya lebih tinggi menyebabkan para produsen menaikkan harga penjualan mereka demi membantu melindungi margin laba, dengan Filipina mencatat laju tertajam pada inflasi biaya.

Akhirnya, ekspektasi bisnis terkait output selama 12 bulan ke depan terlihat tetap positif dan membaik dari catatan terendah sepanjang survei pada bulan Maret.

### Tanggapan:

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

*“Sektor manufaktur ASEAN memulai kuartal kedua dengan catatan lebih kuat, di mana pertumbuhan meningkat cepat menjadi yang terbaik selama satu tahun.*

*“Kenaikan lebih cepat pada output dan pesanan baru mendongkrak indeks headline, berbarengan dengan peningkatan baru dalam ketenagakerjaan. Sementara data survei bulan April sangat menggembirakan, terlihat jelas bahwa permintaan perlu berkembang pada laju yang lebih cepat sebelum pertumbuhan yang lebih kuat dapat tercipta.*

*“Pertama-tama, penjualan tidak cukup cepat meningkat agar dapat menguji kapasitas produsen di seluruh wilayah. Penumpukan pekerjaan terus menurun, yang akibatnya membebani proses perekrutan, menunjukkan bahwa penciptaan lapangan pekerjaan di masa depan mungkin terbatas. Kedua, perusahaan tetap berhati-hati perihal manajemen inventori walaupun terdapat kenaikan pada pesanan. Inventori input dan barang jadi keduanya terus menipis. Ketiga, saat kepercayaan diri berbisnis tetap positif, optimisme merupakan salah satu yang terendah dalam riwayat survei.”*

-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 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/>

### **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 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 © 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 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](#)