

# PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

## Kondisi manufaktur ASEAN membaik selama tiga bulan berjalan

### Poin-poin pokok:

- Headline PMI menunjukkan laju perbaikan tingkat marginal
- Penjualan ekspor naik pada laju tercepat
- Penundaan pada rantai pasokan menyebabkan kenaikan biaya

### Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan Oktober

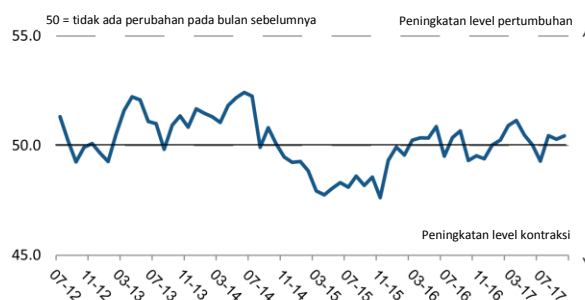
	PMI	Perubahan yang terlihat
Filipina	<b>53,7</b>	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan September)
Vietnam	<b>51,6</b>	Kenaikan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan September)
Singapura	<b>51,3</b>	Kenaikan tingkat sedang (perubahan arah)
Myanmar	<b>51,1</b>	Kenaikan marginal (perubahan arah)
Indonesia	<b>50,1</b>	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan September)
Thailand	<b>49,8</b>	Penurunan marginal (perubahan arah)
Malaysia	<b>48,6</b>	Penurunan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan September)

Perekonomian sektor manufaktur ASEAN mengawali kuartal keempat dengan catatan positif dan mengalami ekspansi marginal pada bulan Oktober, sebagaimana telah terjadi pada dua bulan sebelumnya.

Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei** naik sedikit ke posisi 50,4 pada bulan Oktober, dari posisi 50,3 pada bulan September, namun menunjukkan perbaikan kecil pada kondisi kesehatan sektor tersebut.

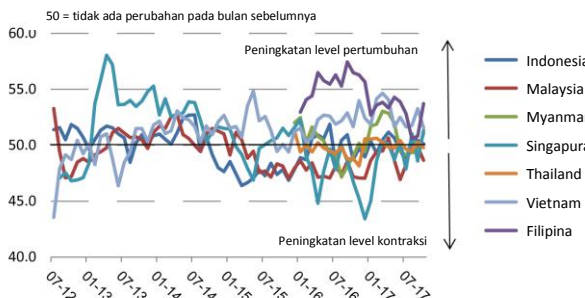
Ekspansi lebih jauh pada output dan permintaan baru merupakan pendorong utama kenaikan terakhir.

### PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

### PMI Manufaktur Nasional



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Mayoritas negara yang tergabung dalam survei mencatat perbaikan dalam kondisi operasional, dengan jumlah negara yang mengalami perbaikan naik dari empat negara pada bulan September menjadi lima pada bulan Oktober.

Filipina mengambil alih posisi Vietnam memimpin peringkat pertumbuhan keseluruhan, dengan PMI naik ke posisi tertinggi dalam empat bulan selama bulan Oktober. Vietnam turun ke posisi kedua karena tingkat pertumbuhan yang melambat hingga posisi terlemah sejak bulan Mei. Singapura dan Myanmar kembali ke wilayah ekspansi, dengan Myanmar menunjukkan perbaikan untuk pertama kalinya dalam lima bulan.

Setelah mengalami pertumbuhan di dua bulan sebelumnya, sektor manufaktur Indonesia secara umum stagnan selama bulan Oktober. Thailand

jatuh ke wilayah kontraksi, meski tingkat penurunan hanya marginal. Malaysia berada di posisi terendah peringkat PMI, dengan kondisi bisnis memburuk pada tingkat sedang secara keseluruhan.

Pelaku manufaktur ASEAN terus menikmati ekspansi stabil pada bisnis baru selama bulan Oktober, dengan total arus permintaan baru naik selama tiga bulan berturut-turut, didukung oleh kenaikan penjualan dari luar negeri. Kenyataannya, permintaan ekspor baru naik pada laju tercepat gabungan sejak bulan Mei 2013, menggambarkan penguatan perdagangan global.

Perbaikan pada permintaan klien mengangkat produksi di seluruh wilayah. Terutama, output manufaktur ASEAN mengalami ekspansi pada kisaran tercepat selama enam bulan pada bulan Oktober.

Meskipun pesanan baru meningkat, sektor manufaktur ASEAN tidak menunjukkan tanda-tanda tekanan kapasitas. Sebaliknya, penumpukan kerja manufaktur turun selama 40 bulan berjalan, yang kemudiam terus membebani perekrutan karyawan. Secara keseluruhan, ketenagakerjaan menurun selama dua bulan berturut-turut, dengan tingkat penurunan yang paling tajam sejak bulan Agustus lalu.

Perusahaan menunjukkan preferensi untuk memanfaatkan stok produksi yang ada, dengan stok praproduksi kembali menurun pada bulan Oktober. Tingkat penurunan merupakan yang tercepat selama sepuluh bulan. Inventori barang jadi juga menurun dan pada laju yang lebih cepat dibandingkan bulan sebelumnya. Pada waktu yang sama, aktivitas pembelian naik hanya pada kisaran kecil di seluruh wilayah.

Sementara negara-negara-negara ASEAN terus mengalami penundaan rantai pasokan meski input mengalami kelesuan, dilaporkan adanya kekurangan bahan baku yang kemudian mendorong kenaikan harga input.

Nampak tanda-tanda tekanan inflasi di seluruh wilayah sektor manufaktur ASEAN. Meski lebih rendah dibandingkan posisi puncak pada bulan September, Indeks Harga Input kembali menunjukkan kenaikan tajam pada beban biaya selama bulan Oktober. Semua negara peserta survei melaporkan biaya input lebih tinggi selama periode survei terakhir. Myanmar, Filipina dan Vietnam terus melaporkan kenaikan tajam pada biaya, berkaitan dengan kekurangan pasokan dan melemahnya nilai tukar.

Pelaku manufaktur ASEAN umumnya meneruskan kenaikan beban biaya kepada pelanggan dengan menaikkan harga jual barang pada bulan Oktober. Namun demikian, tingkat kenaikan masih berada di bawah biaya input, menunjukkan tekanan berkelanjutan pada margin profit.

Akhirnya, kepercayaan berbisnis di seluruh wilayah bertahan bagus di awal kuartal keempat. Indeks Output Masa Depan naik dari posisi terendah dalam lima tahun pada bulan September, meski data terakhir masih berada di bawah rata-rata historis. Terlebih lagi, tingkat optimisme di antara negara-negara peserta survei menunjukkan variasi yang besar.

### Tanggapan:

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

*“Perekonomian sektor manufaktur ASEAN menikmati awal positif menuju kuartal keempat, mempertahankan kestabilan yang terlihat pada beberapa bulan terakhir. Bahkan kepercayaan diri berbisnis di seluruh wilayah naik dari posisi rendah pada bulan September.*

*“Data PMI menunjukkan bahwa penguatan permintaan dari luar negeri merupakan kunci utama pendorong pertumbuhan sektor ini, menyumbang kenaikan lebih jauh pada keseluruhan bisnis baru. Permintaan klien yang membaik menaikkan produksi namun masih ada kapasitas cadangan, sebagaimana ditunjukkan oleh penurunan penumpukan kerja, mencegah pelaku manufaktur untuk menambah tenaga kerja.*

*“Produsen barang ASEAN terus menghadapi penundaan rantai pasokan di tengah-tengah laporan kekurangan bahan baku meski permintaan banyak. Maka muncul kekhawatiran bahwa penundaan lebih jauh mungkin akan berdampak pada output masa mendatang. Efek samping dari tekanan pada rantai pasokan adalah kenaikan harga. Inflasi biaya input di seluruh wilayah masih tergolong tajam, juga disebabkan oleh melemahnya nilai tukar dan kenaikan harga komoditas global. Begitu biaya output naik pada laju yang relatif sedang, data harga menunjukkan tekanan lebih jauh pada margin karena kekuatan perusahaan untuk mengendalikan harga menjadi terbatas.”*

-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, 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 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 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 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 [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](#)