

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Output mengalami sedikit ekspansi pada bulan Maret

Poin-poin pokok:

- Headline PMI turun ke 50,7 pada bulan Maret
- Output dan permintaan baru naik pada kisaran yang lebih lambat
- Kepercayaan diri mencapai posisi terendah sejak bulan Desember 2012

Data dikumpulkan pada 12-22 Maret

Kondisi operasional di seluruh sektor manufaktur Indonesia terus naik pada bulan Maret, namun pada laju yang lebih lemah. Terutama, data terkini menunjukkan ekspansi yang lebih lemah pada output dan permintaan baru. Namun, perusahaan kembali menaikkan tingkat penyusunan staf mereka untuk menanggapi kenaikan volume permintaan baru. Sementara itu, tekanan biaya semakin intensif dengan harga naik tajam yang berlanjut sejak bulan Oktober 2015. Sedangkan biaya output naik pada laju yang lebih lambat.

Headline *Purchasing Managers' Index™ (PMI™)* Manufaktur Indonesia dari Nikkei yang disesuaikan secara berkala turun dari posisi tertinggi dalam 20 bulan di 51,4 pada bulan Februari ke posisi 50,7 pada bulan Maret. Meski perbaikan pada kondisi bisnis hanya berkisar marginal, data PMI terakhir masih berada di atas rata-rata jangka panjang.

Perbaikan kondisi operasional didukung oleh kenaikan lain pada output selama bulan Maret. Bukti anekdotal mengarah pada kondisi perekonomian dan permintaan yang baik. Walaupun demikian, tingkat pertumbuhan melambat pada kisaran marginal.

Kenaikan bulanan pada bisnis baru yang terus meningkat diamati selama bulan Maret. Menurut para panelis, permintaan domestik yang membaik menyumbang kenaikan penjualan. Akan tetapi, sejalan dengan tren untuk produksi, tingkat ekspansi tergolong kecil.

Sebaliknya, permintaan ekspor baru turun selama empat bulan berturut-turut. Dilaporkan oleh para panelis bahwa harga yang kurang kompetitif membebani permintaan dari pasar internasional.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Menanggapi persyaratan output yang lebih besar, perusahaan menaikkan tingkat penyusunan karyawan pada bulan Maret. Meskipun demikian, laju penciptaan lapangan pekerjaan menurun sejak bulan Februari dan tergolong kecil.

Bersamaan dengan ketenagakerjaan yang lebih tinggi, perusahaan menaikkan aktivitas pembelian mereka untuk mendukung pertumbuhan output, meski hanya pada kisaran kecil. Sementara itu, stok barang jadi dan stok pembelian menurun di akhir kuartal pertama.

Di tengah-tengah laporan kekurangan bahan baku di seluruh rantai pasokan Indonesia, rata-rata kinerja pemasok menurun pada bulan Maret. Akan tetapi, tingkat rata-rata perpanjangan waktu pemenuhan pesanan tergolong marginal secara keseluruhan.

Harga input naik pada bulan Maret, melanjutkan tren yang telah terjadi sepanjang periode sejauh ini. Para panelis survei melaporkan bahwa melemahnya nilai tukar relatif terhadap dolar AS terus menyebabkan kenaikan harga. Terlebih lagi, tingkat inflasi mengalami akselerasi hingga posisi tajam sejak bulan Oktober 2015. Perusahaan secara umum meneruskan beban biaya kepada klien dengan menaikkan harga input mereka pada bulan Maret. Akan tetapi, harga dinaikkan pada kisaran kecil sehingga margin perusahaan masih tetap di bawah tekanan.

Berlanjut...

Meski pelaku manufaktur masih bertahan optimis terhadap perkiraan output 12 bulan mendatang, tingkat sentimen positif merupakan yang paling lemah sejak bulan Desember 2012.

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Aashna Dodhia**, Ekonom IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“Perbaikan kondisi sektor manufaktur Indonesia kehilangan momentum pada bulan Maret, disebabkan oleh ekspansi yang lebih lambat pada output, permintaan baru dan ketenagakerjaan. Data PMI menunjukkan bahwa perbaikan apa pun pada permintaan berasal dari pasar domestik, sedangkan penjualan di pasar internasional dilaporkan menurun karena harga yang tidak kompetitif.

“Inflasi biaya input semakin intensif hingga posisi paling tajam sejak bulan Oktober 2015, terutama disebabkan oleh tingginya biaya bahan baku yang berakar dari melemahnya nilai tukar yang relatif lemah terhadap dolar AS. Di tengah-tengah ketatnya kebijakan moneter dan kondisi ketidakpastian global, rupiah Indonesia rentan terhadap arus keluar modal. Akibatnya, sentimen bisnis merupakan yang paling lemah sejak bulan Desember 2012.

“Keputusan Bank Indonesia untuk mempertahankan tingkat suku bunga dan upaya untuk menstabilkan nilai tukar mungkin dapat membantu pemulihan pertumbuhan kredit dan konsumsi domestik menjelang menuju ke kuartal kedua.”

- Akhir -

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 <http://asia.nikkei.com/> **ASIAN REVIEW**

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)

Aashna Dodhia, Ekonom
Telepon +44 1491-461-075
Email aashna.dodhia@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon +65 6922-4239
Email jerrine.chia@ihsmarkit.com

Bernard Aw, Kepala Ekonom
Telepon +65 6922-4226
Email bernard.aw@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 terdapat 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 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 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 Limited.

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari IHS Markit, silakan email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).