

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Sektor manufaktur ASEAN stagnan selama bulan Desember

Poin-poin pokok:

- Output naik pada kisaran kecil
- Ketenagakerjaan sedikit menurun
- Kenaikan nyata pada harga input rata-rata

Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan Desember

	PMI	Perubahan yang terlihat
Filipina	54,2	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan November)
Vietnam	52,5	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan November)
Myanmar	51,1	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan November)
Thailand	50,4	Kenaikan marginal (tidak ada perubahan dari bulan November)
Malaysia	49,9	Penurunan marginal (perubahan arah)
Indonesia	49,3	Penurunan marginal (perubahan arah)
Singapura	44,7	Penurunan tajam (lebih cepat dibanding bulan November)

Kondisi operasional sektor manufaktur di seluruh wilayah ASEAN secara umum tidak berubah pada akhir tahun ini, menurut headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei** yang turun dari 50,8 pada bulan November ke posisi 49,9 pada bulan Desember.

Meski sedikit di bawah tanda netral, hal ini menandai untuk pertama kalinya PMI tercatat di bawah tanda tidak ada perubahan 50,0 sejak bulan Juli.

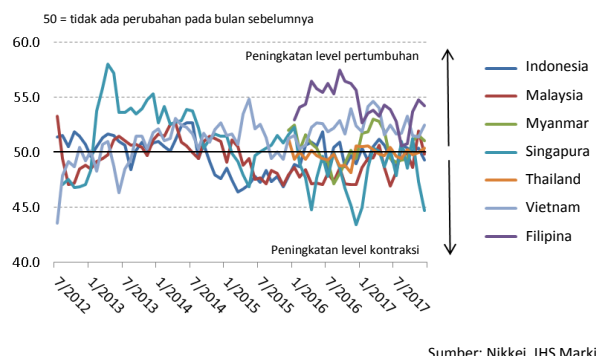
Kenaikan kecil pada output dan kondisi yang secara umum stagnan pada volume permintaan baru merupakan faktor utama yang membebani headline indeks.

Data bulan Desember mengarah pada kinerja tidak menentu di sektor manufaktur seluruh negara ASEAN peserta survei. Empat dari negara peserta survei menunjukkan perbaikan pada kondisi bisnis, turun dari lima negara pada bulan November.

PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



PMI Manufaktur Nasional



Pertumbuhan di Filipina bertahan kuat selama tiga bulan berturut-turut, meski tingkat pertumbuhan agak melambat sejak bulan November. Vietnam bergerak ke posisi kedua sejalan dengan pertumbuhan di sektor manufaktur yang naik ke posisi tertinggi dalam tiga bulan.

Myanmar dan Thailand adalah negara lain yang mengalami perbaikan pada kondisi operasional manufaktur, dengan Thailand menunjukkan kenaikan pertama selama tiga bulan. Malaysia dan Indonesia kembali menurun setelah mencatat ekspansi pada bulan sebelumnya, meski tingkat penurunan tergolong marginal di kedua negara. Pelaku manufaktur Singapura mencatat tingkat penurunan yang tajam dibandingkan bulan November.

Secara keseluruhan, permintaan klien di seluruh wilayah disebabkan penurunan baru pada permintaan asing yang berpengaruh terhadap volume total bisnis yang tidak berubah.

Arus permintaan baru yang secara umum stagnan dibarengi dengan kenaikan produksi di seluruh wilayah. Terutama, output mengalami ekspansi pada laju terendah selama lima bulan.

Penurunan permintaan klien mendorong pelaku manufaktur ASEAN untuk tetap waspada seputar aktivitas pembelian. Pembelian input turun untuk pertama kalinya sejak bulan Agustus pada bulan Desember, yang kemudian membebani tingkat inventori. Stok input dan barang jadi di sektor manufaktur kembali mengalami kontraksi meski marginal. Kinerja pemasok terus memburuk, namun tingkat perpanjangan waktu pengiriman merupakan yang paling rendah dalam tiga bulan di tengah-tengah kelesuan input.

Penumpukan kerja terus menurun pada bulan Desember dan pada laju paling tajam selama satu tahun. Bisnis yang belum terselesaikan telah turun setiap bulan selama tiga setengah tahun terakhir. Hal ini menandai kapasitas cadangan di seluruh wilayah yang terus membebani perekrutan. Terutama, ketenagakerjaan menurun pada bulan Desember meski tergolong marginal.

Dari segi harga, ada tanda-tanda meredanya tekanan inflasi pada akhir tahun. Inflasi biaya bertahan kuat di titik mendekati posisi puncak tujuh bulan pada bulan November. Myanmar masih mencatat kenaikan inflasi pada laju tercepat, diikuti oleh Vietnam dan Filipina. Pelaku manufaktur Singapura dan Thailand melaporkan kenaikan biaya tingkat sedang pada bulan Desember.

Menanggapi inflasi biaya yang menguat, harga untuk barang produksi ASEAN terus naik pada bulan Desember dan pada tingkat yang sama dengan kenaikan pada bulan November. Akan tetapi, tingkat kenaikan harga jual terus berada di bawah inflasi biaya, menunjukkan tekanan berkelanjutan pada margin profit. Secara keseluruhan, semua negara peserta survei melaporkan kenaikan harga jual pada bulan Desember.

Sementara itu, kepercayaan diri berbisnis membaik pada akhir tahun 2017 dengan Indeks Output Masa Depan mencapai posisi tertinggi dalam sembilan bulan.

Tanggapan:

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

“Perekonomian sektor manufaktur ASEAN mengakhiri tahun ini dengan catatan lemah karena kondisi bisnis secara umum stagnan pada bulan Desember.

“Data survei Nikkei menunjukkan bahwa pertumbuhan output dan permintaan baru gagal berekspansi untuk pertama kalinya dalam lima bulan. Dukungan dari pasar eksternal juga lemah karena penjualan ekspor turun pada akhir tahun ini.

“Indikator survei lainnya menunjukkan bahwa sektor manufaktur ASEAN nampaknya menghadapi awal yang mengecewakan pada tahun 2018. Perusahaan menurunkan aktivitas pembelian mereka dan terus mengurangi tingkat inventori. Di samping itu, penurunan yang terus terjadi pada penumpukan pekerjaan menandai kapasitas cadangan di seluruh wilayah, yang terus membebani perekrutan. Dengan demikian tidak mengejutkan jika terjadi penurunan pada ketenagakerjaan pada bulan Desember.

“Kondisi manufaktur yang melemah dibarengi dengan tekanan biaya yang kuat yang terus menekan margin profit karena kekuatan perusahaan untuk mengendalikan harga masih terbatas karena permintaan lemah.

“Kabar baiknya kepercayaan diri berbisnis terhadap perkiraan 12 bulan mendatang terus meningkat. Indeks Output Masa Depan naik ke tingkat tertinggi sejak bulan Maret.”

-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

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon 65-6922-4239
E-mail 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

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.

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 © 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.

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. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#)