

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Produksi manufaktur turun pada laju tercepat dalam 19 bulan

Poin-poin pokok:

- Penurunan tajam dan cepat pada output
- Total pekerjaan baru, ekspor dan ketenagakerjaan menurun
- Tingkat kepercayaan diri terendah sejak bulan April 2013

Data dikumpulkan pada 12-21 Juli

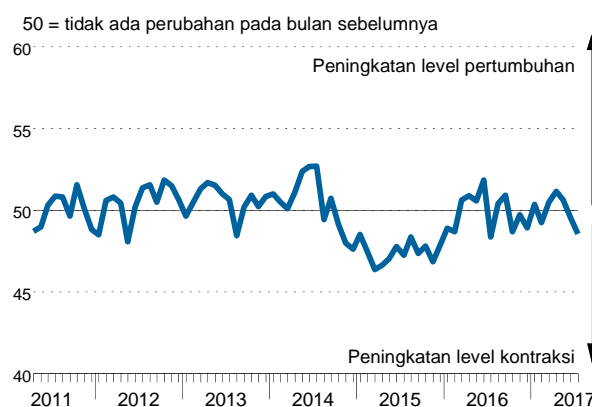
Data PMI mengarah pada penurunan lebih jauh pada kesehatan perekonomian manufaktur di Indonesia pada bulan Juli. Penurunan arus pekerjaan baru menyebabkan penurunan yang tajam dan cepat pada output. Hal ini kemudian menyebabkan pelepasan kerja, pembelian input dalam kuantitas yang lebih sedikit dan penurunan tingkat stok. Kepercayaan diri berbisnis juga terkena dampaknya, mencapai tingkat terendah dalam kurun waktu lebih dari empat tahun. Yang menggembirakan, tingkat inflasi baik pada biaya input maupun output mereda.

Dengan kontraksi yang tercatat pada sejumlah variabel pokok, headline PMI masih berada di bawah titik kritis 50,0 pada bulan Juli, sehingga mengarah pada kondisi bisnis manufaktur yang memburuk. Disesuaikan secara berkala, headline **Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei** turun dari posisi 49,5 pada bulan Juni ke posisi terendah dalam satu tahun yaitu 48,6.

Tingkat pekerjaan baru yang ditempatkan pada produsen barang menurun pada bulan Juli, yang secara umum stagnan sejak bulan sebelumnya. Meskipun sedang, tingkat penurunan merupakan yang tercepat sejak bulan Oktober lalu. Bukti anekdotal mengarah pada permintaan yang melemah, kondisi perekonomian yang menantang dan penundaan pesanan klien. Faktor-faktor tersebut, ditambah dengan kekurangan bahan baku, menyebabkan penurunan lain pada volume produksi. Output pabrik menurun tajam pada kisaran terbesar sejak bulan Desember 2015.

Di samping penurunan pada total pekerjaan baru, bulan Juli menjadi saksi penurunan permintaan asing untuk barang produksi Indonesia. Penurunan pada pesanan ekspor baru hanya pada

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

kisaran kecil, namun mengakhiri periode tiga bulan ekspansi.

Permintaan klien yang melemah mendorong pelaku manufaktur untuk mengurangi pengeluaran pada bulan Juli, dengan ketenagakerjaan dan tingkat pembelian menurun sejak bulan Juni. Penurunan kuantitas pembelian merupakan yang pertama sejak bulan Januari, sedangkan pelepasan kerja tercatat selama sepuluh bulan berturut-turut. Pada saat yang sama, penurunan penumpukan pekerjaan menandai keluangan kapasitas di antara perusahaan.

Produsen barang juga menandai preferensi untuk tingkat stok rendah (rata-rata), dengan inventaris pra- maupun pascaproduksi menurun pada bulan Juli. Namun demikian, tingkat penurunan hanya pada kisaran kecil. Penurunan pada kepemilikan bahan baku dan barang setengah jadi menggambarkan kontraksi pada tingkat pembelian, sedangkan penurunan stok barang jadi dikarenakan pesanan dipenuhi langsung dari inventaris yang ada.

Penurunan pada kondisi operasional menimbulkan efek kumulatif terhadap sentimen bisnis. Secara keseluruhan, perusahaan masih mengharapkan output dapat naik di sepanjang tahun mendatang, namun tingkat kepercayaan diri menurun hingga terendah sejak bulan April 2013 dan terus melemah dibanding rata-rata jangka panjang.

Berlanjut...

Indikator harga menunjukkan tekanan inflasi melunak di sektor tersebut. Biaya input naik pada kisaran lambat sejauh ini, sedangkan inflasi biaya output berada pada posisi rendah dua bulan. Ketika beban biaya mengalami kenaikan, partisipan survei menyebutkan harga yang lebih tinggi dari pemasok.

Terakhir, waktu pengiriman untuk barang-barang yang dibeli naik pada bulan Juli di tengah-tengah laporan kemacetan lalu-lintas dan kekurangan bahan baku di sisi pemasok.

Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Pollyanna De Lima**, Ekonom IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

“Pelaku manufaktur Indonesia melaporkan periode sulit pada bulan Juli, dengan penurunan output yang semakin menguat di tengah-tengah penurunan arus bisnis baru. Kondisi permintaan yang menurun baik dari domestik maupun eksternal menandai kemunduran sektor tersebut, dengan perusahaan mengurangi tingkat stok, yang berdampak pada pembelian dan ketenagakerjaan. Kabar yang lebih baik dari indikator harga survei, dengan tekanan inflasi biaya yang menurun mengakibatkan inflasi harga input menurun.”

- 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 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 Shimpo (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 tiga juta. Penawaran yang lebih menarik adalah konten premium dan teknologi digital yang kuat. Jumlah pelanggan membayar untuk Edisi Online Nikkei, yang diluncurkan pada tahun 2010, telah melebihi 400.000. Layanan online membayar 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 menyebarkan 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.



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)

Pollyanna De Lima, Ekonom
Telepon +44 1491-461-075
Email pollyanna.delima@ihsmarkit.com

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

Bernard Aw, Ekonom
Telepon +65 6922-4226
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tentang Nikkei)

Ken Chiba, Deputi 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 terdepan 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 diambil dari Chartered Institute of Purchasing & Supply survei ekonomi Inggris : 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 diibalik 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 © 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.

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](#).