

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Manufaktur ASEAN berjalan di tempat selama bulan Januari

Poin-poin pokok:

- Kenaikan marginal pada output dan permintaan baru
- Perusahaan regional kembali menaikkan harga karena inflasi biaya semakin intensif
- Kepercayaan diri akan pandangan 12 bulan mendatang tetap tinggi

PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Kondisi operasional manufaktur tidak berubah pada awal tahun 2017, menurut *Purchasing Managers' Index (PMI)™* Manufaktur ASEAN Nikkei terkini yang tercatat pada posisi 50,0 di bulan Januari. Naik dari posisi 49,4 pada bulan Desember, data terkini menandai untuk pertama kalinya bahwa PMI tidak berada di bawah tanda perubahan sejak bulan September.

Kenaikan baik pada input maupun total permintaan baru memberikan dukungan penting terhadap indeks headline selama bulan Januari. Kedua sub-indeks mencatat pertumbuhan untuk pertama kalinya sejak bulan September 2016, meskipun kisaran ekspansi di masing-masing sub-indeks tergolong marginal.

Data nasional mengarah pada perbaikan dasar secara umum pada kondisi operasional, meskipun dua negara – Malaysia dan Singapura – keduanya terus mencatat keterpurukan.

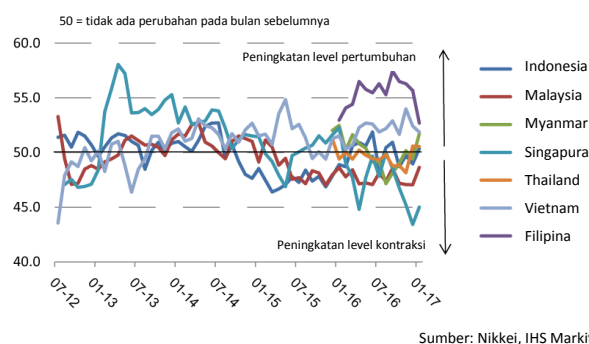
Pertumbuhan bertahan kuat di Filipina, meski laju ekspansi cenderung lebih lambat. Myanmar mengalami kenaikan terbaik pada kondisi operasional selama 12 bulan, pertumbuhan

bertahan stabil di Thailand, dan ekspansi tingkat sedang terlihat di Vietnam. Indonesia kembali ke area pertumbuhan pada tingkat marginal.

Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Januari

Filipina	52,7	terendah selama survei
Vietnam	51,9	terendah selama 3 bulan
Myanmar	51,7	tertinggi selama 12 bulan
Thailand	50,6	tidak ada perubahan
Indonesia	50,4	tertinggi selama 4 bulan
Malaysia	48,6	tertinggi selama 4 bulan
Singapura	45,0	tertinggi selama 2 bulan

PMI Manufaktur Nasional



Mengamati data PMI nasional secara lebih dekat, lima dari tujuh negara yang termasuk dalam survei mencatat kenaikan pada output dan bisnis baru di bulan ini, meskipun pada laju yang berbeda. Sebaliknya, keterpurukan berkelanjutan pada kedua variabel dialami oleh Malaysia dan Singapura.

Permintaan produk ASEAN jelas terlihat bahwa utamanya didorong oleh pasar domestik ketimbang sumber eksternal. Permintaan ekspor baru menurun selama empat bulan berturut-turut, meski pada laju yang lebih rendah di bulan Januari. Kelemahan relatif pada permintaan asing masih bertahan meskipun tingkat nilai tukar regional lebih kompetitif.

Permintaan lunak menyebabkan kurangnya tekanan pada kapasitas manufaktur sebagaimana terlihat pada serangkaian penurunan penumpukan kerja yang mencapai 31 bulan. Kapasitas cadangan

kemudian membatasi penciptaan lapangan kerja, dengan tingkat penyusunan staf naik hanya pada tingkat marginal pada sektor perekonomian di sebagian besar negara peserta survei. Sebaliknya Indonesia mengalami penurunan tajam pada jumlah pekerjaan.

Tekanan biaya semakin intensif pada bulan Januari, dengan inflasi harga input yang tajam sejak bulan Oktober 2015. Nilai tukar regional yang semakin lemah dan juga harga komoditas global yang semakin tinggi menyebabkan kenaikan harga impor. Kenaikan pada biaya dialami oleh semua negara peserta survei, dengan Malaysia, Myanmar dan Vietnam mencatat kenaikan bulanan terkuat.

Di waktu yang sama, rata-rata kinerja pemasok tidak mengalami perubahan, sebagian karena permintaan yang berkurang (sebagai bukti atas penurunan pada aktivitas pembelian). Hal ini membantu untuk membatasi kenaikan pada biaya input di batasan tertentu.

Biaya yang tinggi sebagian dibebankan kepada klien selama bulan Januari, karena inflasi biaya berakselerasi hingga pada kisaran tercepat sejak bulan November 2015. Dengan pengecualian Singapura, harga jual naik di seluruh negara peserta survei, dengan kenaikan tajam tercatat di Filipina, Myanmar dan Vietnam.

Kabar baiknya, perusahaan bertahan optimis tentang prospek masa depan*, dengan kepercayaan diri berbisnis menguat ke posisi tinggi dua bulan pada bulan Januari.

**Survei bulan Januari melibatkan indeks yang baru dirilis yang mengetahui perkiraan pelaku manufaktur tentang tingkat produksi mereka dalam 12 bulan mendatang. Yang menarik dari periode baru ini adalah indeks tersebut berdasarkan pandangan panelis terhadap perkiraan ketimbang data faktual seperti variabel PMI lainnya.*

Tanggapan:

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

“Setelah mengakhiri tahun 2016 dengan pelemahan, para pelaku manufaktur ASEAN memasuki tahun 2017 dengan lebih stabil, dengan kondisi operasional tidak berubah sejak bulan Desember.

“Namun, jika melihat data PMI lebih dekat maka terlihat bahwa sektor manufaktur regional belum melewati masa kritis. Permintaan asing atas produk ASEAN masih lemah meskipun tingkat nilai tukar semakin kompetitif. Pertumbuhan ekspor bisa semakin menantang dengan ketidakpastian perdagangan global yang masih berlanjut. Hal ini menunjukkan bahwa pasar domestik masih akan menjadi pendorong utama untuk pertumbuhan manufaktur.

“Permasalahan penting lainnya adalah kurangnya pertumbuhan ketenagakerjaan. Perusahaan sepertinya enggan menaikkan perekrutan mereka melihat kapasitas cadangan berkelanjutan dan pertumbuhan tingkat lemah pada produksi. Hanya kenaikan yang kuat pada permintaan yang mampu mendorong mereka untuk menciptakan lapangan kerja lebih banyak.

“Penciptaan lapangan kerja bahkan jauh lebih sulit dengan naiknya biaya manufaktur. Nilai tukar mata uang regional yang lebih lemah dan naiknya harga global untuk bahan baku terus menghadapi inflasi biaya input melebihi harga yang dikenakan oleh pelaku manufaktur.

“Meskipun menghadapi tantangan-tantangan tersebut, yang sangat menggembirakan adalah tingkat optimisme pelaku manufaktur ASEAN yang semakin menguat, sebagaimana digambarkan oleh Indeks Output Masa Depan yang baru diluncurkan.”

-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 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/>

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, 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 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.

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 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 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, ketidakkuratan, 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](#)