

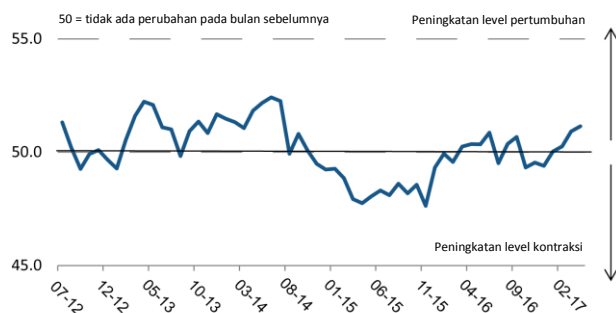
PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Sektor manufaktur ASEAN mendapatkan momentum lebih jauh ke posisi Q2

Poin-poin pokok:

- Kenaikan lebih cepat pada output dan permintaan baru mendorong PMI ke rekor 33 bulan
- Penjualan ekspor kembali tumbuh
- Tekanan inflasi masih tetap terjadi

PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Perekonomian sektor manufaktur ASEAN kembali mencapai momentum di awal kuartal kedua, didukung oleh ekspansi pada output dan bisnis baru.

Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei naik dari 50,9 di bulan Maret ke posisi 51,1 di bulan April, menunjukkan perbaikan kondisi kesehatan sektor tersebut. Meskipun hanya pada kisaran kecil, tingkat perbaikan merupakan yang tercepat dalam 33 bulan.

Mayoritas negara peserta survei mencatat perbaikan pada kondisi operasional selama bulan April. Data PMI terakhir menunjukkan bahwa enam dari tujuh negara yang tercakup dalam survei melihat pertumbuhan sektor manufaktur mereka, yang sama terjadi pada bulan Maret.

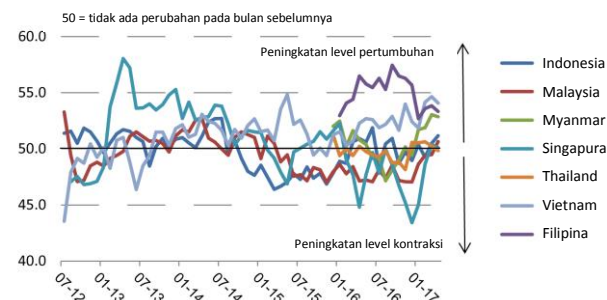
Vietnam, Filipina dan Myanmar bertahan di tiga teratas, meski kondisi bisnis ketiga negara membaik pada kisaran yang lebih lambat dibanding bulan Maret.

Setelah mengalami kenaikan marginal di bulan Maret, perusahaan manufaktur Indonesia mencatat tingkat ekspansi yang lebih cepat meski tergolong sedang. Sedangkan sektor manufaktur Singapura secara umum berjalan di tempat.

Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan April

	PMI	Perubahan yang terlihat
Vietnam	54,1	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Filipina	53,3	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Myanmar	52,9	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Indonesia	51,2	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibandingkan bulan Maret)
Malaysia	50,7	Kenaikan marginal (perubahan arah)
Singapura	50,1	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Maret)
Thailand	49,8	Penurunan marginal (perubahan arah)

PMI Manufaktur Nasional



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Malaysia menunjukkan diri kembali ke wilayah pertumbuhan setelah dua tahun mengalami penurunan, yang dibuktikan dengan output manufaktur dan permintaan baru yang lebih tinggi. Thailand menggantikan Malaysia di posisi terendah, menandakan penurunan marginal pada kondisi kesehatan sektor.

Sedangkan data menunjukkan bahwa pasar domestik masih menjadi kunci pendorong pertumbuhan untuk pelaku manufaktur ASEAN, kenaikan pada permintaan asing selama bulan April tercatat untuk pertama kalinya sejak bulan September 2016. Penjualan ekspor baru terlihat kembali ke area pertumbuhan setelah enam bulan menurun, dan kenaikannya merupakan yang tercepat dalam lebih dari dua setengah tahun.

Kemudian, pertumbuhan pada total bisnis baru menguat hingga posisi puncak dalam 33 bulan.

Pertumbuhan lebih cepat pada permintaan baru menaikkan volume produksi di bulan April. Lebih jauh, output di seluruh negara ASEAN naik pada laju tercepat sejak bulan Juli 2014.

Meskipun permintaan naik, penumpukan kerja sektor manufaktur ASEAN menurun selama tiga puluh empat bulan berjalan, menunjukkan kelangkaan kapasitas berkelanjutan di sektor tersebut. Hal ini membebani perekrutan karyawan di seluruh wilayah, dan ketenagakerjaan secara keseluruhan tidak ada perubahan.

Aktivitas yang lebih tinggi mendorong pelaku manufaktur ASEAN menaikkan pembelian input selama tiga bulan berturut-turut, yang terus menekan rantai pasokan. Waktu pengiriman menurun lagi di bulan April, meski hanya pada kisaran kecil. Dapat dikatakan, kenaikan aktivitas pembelian tidak mendorong pelaku manufaktur untuk membangun inventaris. Sebaliknya, terjadi penurunan lebih jauh pada inventaris pra- dan pascaproduksi karena besarnya pemakaian input manufaktur dan barang jadi untuk memenuhi permintaan.

Sementara itu, inflasi biaya mereda di bulan April tetapi masih tergolong kuat di tahun-tahun ini. Malaysia menyaksikan tingkat kenaikan tercepat selama tiga bulan berturut-turut, disebabkan oleh pergerakan nilai tukar yang buruk. Singapura melaporkan kenaikan signifikan pada biaya input, laju kenaikan merupakan yang tercepat dalam kurun waktu hampir tiga setengah tahun. Sebagai perbandingan, kenaikan marginal terlihat di Thailand.

Sebisanya mungkin pelaku manufaktur ASEAN membebankan kenaikan biaya kepada klien dengan menaikkan rata-rata biaya output. Akan tetapi, tingkat kenaikan harga dari pabrik masih berada di bawah laju inflasi biaya. Namun, seluruh negara melaporkan kenaikan harga jual di bulan April.

Data PMI menunjukkan bahwa kepercayaan diri berbisnis menghadapi tahun mendatang terus surut meski ekspansi pada permintaan baru dan produksi menguat selama bulan April. Indeks Output Masa Depan turun selama tiga bulan berturut-turut, mencapai tingkat terendah dalam empat setengah tahun.

Tanggapan:

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

“Sektor manufaktur ASEAN mengawali kuartal kedua dengan dasar yang lebih kuat, membangun momentum pertumbuhan yang terlihat pada kuartal pertama. Pertumbuhan tergolong sedang tetapi merupakan yang terkuat dalam hampir kurun waktu tiga tahun.

“Kenaikan masih terlihat secara umum, dan didukung oleh kenaikan yang lebih kuat pada permintaan baru dan produksi. Khususnya, kebangkitan pertumbuhan permintaan ekspor juga berkontribusi terhadap perbaikan sektor ini. Perusahaan juga menaikkan aktivitas pembelian mereka.

“Akan tetapi, agak tergesa-gesa untuk menyimpulkan bahwa kemajuan tersebut berkelanjutan. Tingkat ketenagakerjaan sedikit berubah, sebagian karena kelangkaan kapasitas di seluruh wilayah. Kenaikan lebih jauh pada penumpukan kerja telah menahan perekrutan karyawan.

“Dari segi harga, inflasi biaya input terus naik pada kisaran yang lebih cepat dibanding harga jual dari pabrik, menggambarkan tekanan berlanjut pada margin. Hal ini dapat memperberat rencana mendatang untuk perekrutan karyawan dan investasi, jika tren ini masih terjadi. Terakhir, harapan masa mendatang untuk output manufaktur masih surut, dengan variasi substansial pada tingkat kepercayaan diri berbisnis yang terlihat di seluruh wilayah.”

-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, 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](#)