

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Kondisi manufaktur di Indonesia terus membaik

Poin-poin pokok:

- PMI berada di posisi 50,4 selama bulan September
- Output sedikit menurun, namun permintaan baru terus naik
- Kepercayaan diri berbisnis berada di posisi terendah dalam 57 bulan

Data dikumpulkan pada 12-22 September

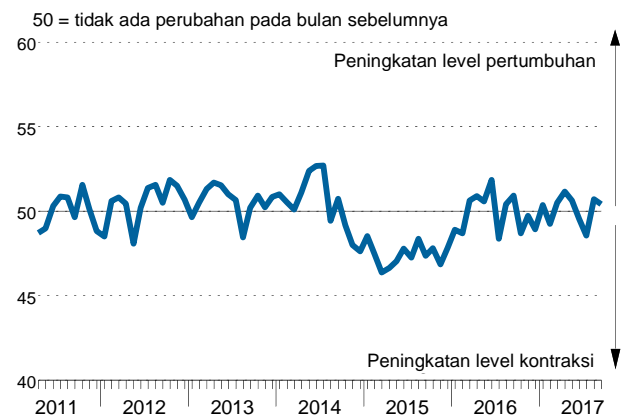
Kondisi perekonomian bisnis sektor manufaktur di seluruh Indonesia terus membaik selama dua bulan berturut-turut mendukung kenaikan baru pada permintaan baru. Namun demikian, output menurun pada tingkat marginal selama bulan September. Menanggapi persyaratan output yang lebih rendah, perusahaan mengurangi tingkat penyusunan karyawan meski hanya pada kisaran kecil. Kabar baiknya, permintaan ekspor baru terus naik, meski tingkat ekspansi melambat dibanding posisi tinggi 57 bulan pada bulan Agustus. Dari segi harga, perusahaan menghadapi tekanan biaya yang tajam, namun mampu mengalihkan beban sepenuhnya kepada konsumen berkaitan dengan tekanan persaingan.

Headline Purchasing Managers' Index™ (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei turun dari 50,7 pada bulan Agustus ke posisi 50,4 pada bulan September. Hal ini konsisten dengan perbaikan tingkat marginal pada kondisi kesehatan di sektor manufaktur.

Jumlah pesanan naik selama dua bulan berturut-turut selama bulan September. Walaupun demikian, tingkat pertumbuhan melambat pada kisaran marginal. Di mana tercatat kenaikan, perusahaan menanggapi penguatan permintaan. Sejalan dengan tren untuk total pekerjaan baru, permintaan ekspor baru naik selama bulan September. Walaupun demikian, tingkat pertumbuhan sedikit melambat dari posisi tertinggi dalam 57 bulan pada bulan Agustus.

Setelah naik pada bulan Agustus untuk pertama kalinya dalam tiga bulan, produksi turun selama bulan September. Namun, tingkat penurunan hanya pada kisaran kecil. Penurunan output dikaitkan dengan melemahnya kondisi permintaan, dan sebagian disebabkan oleh keterbatasan pasokan bahan baku.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Perusahaan manufaktur di seluruh Indonesia menurunkan jumlah penggajian mereka di akhir kuartal ketiga. Meski menurun selama dua belas bulan berturut-turut, tingkat pelepasan kerja hanya berkisar kecil dan merupakan gabungan terlemah di periode ini.

Kuantitas pembelian naik di tengah-tengah laporan adanya upaya penambahan stok sejalan dengan perkiraan kenaikan lebih jauh pada permintaan. Walaupun demikian, inventori praproduksi menurun. Sebaliknya, stok barang jadi naik pada bulan ini. Namun, kenaikan hanya pada kisaran kecil. Sementara itu, nampak tanda-tanda tekanan pada rantai pasokan yang diindikasikan dengan perpanjangan waktu pengiriman. Menurut bukti anekdotal, penundaan waktu pengiriman disebabkan oleh kekurangan bahan baku di antara pemasok.

Perusahaan kembali menghadapi beban biaya yang lebih besar selama bulan September. Laju inflasi secara keseluruhan tergolong tajam. Nilai tukar yang melemah dilaporkan sebagai penyebab utama kenaikan biaya input. Di tengah-tengah upaya pengalihan beban biaya yang semakin tinggi kepada klien, perusahaan menaikkan biaya output mereka selama tiga belas bulan berturut-turut pada bulan September. Walaupun demikian, laju inflasi melambat hingga terlemah sejak bulan Mei lalu dan tergolong sedang secara keseluruhan.

Berlanjut...

Tingkat kepercayaan diri terhadap perkiraan 12 bulan mendatang untuk output menurun hingga posisi lemah sejak bulan Desember 2012, namun perusahaan masih bertahan optimis secara keseluruhan. Responden survei menunjukkan bahwa ekspansi bisnis dan aktivitas promosi akan terus meningkatkan permintaan.

Tanggapan:

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

“Kondisi manufaktur di seluruh Indonesia bertahan di posisi pemulihan dari penurunan pada bulan Juli (paling kuat dalam jangka waktu 12 bulan) di akhir kuartal ketiga. Data PMI menunjukkan bahwa ekspansi pekerjaan baru datang dari pasar domestik dan pasar asing.

“Sisi negatifnya, output sedikit menurun yang disebabkan oleh kekurangan bahan baku. Sementara itu, kekhawatiran mengenai prospek bisnis masa depan menyuarakan kehati-hatian, dengan kepercayaan diri menurun ke tingkat terendah sejak bulan Desember 2012.

“Perusahaan boleh sedikit lega dari tekanan inflasi, karena inflasi biaya input melambat hingga tingkat terlemah sejak bulan Desember 2016, mengurangi keraguan bahwa penurunan tingkat bunga terkini akan memperkuat inflasi. Untuk tahun 2017 secara keseluruhan, IHS Markit mengoreksi perkiraan CPI ke +4,0%.”

- 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 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 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)

Aashna Dodhia, 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, Kepala 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 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 di balik 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 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 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](#).