

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Kondisi manufaktur ASEAN stagnan pada bulan Maret

Poin-poin pokok:

- Kenaikan lambat pada output dan permintaan baru membebani headline PMI
- Ketenagakerjaan ASEAN secara umum stagnan
- Kepercayaan diri berbisnis berada di level terendah sepanjang survei

Kondisi operasional sektor manufaktur di seluruh wilayah ASEAN secara umum tidak berubah di akhir kuartal pertama, menurut **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei**, yang turun dari 50,7 pada bulan Februari ke posisi 50,1 pada bulan Maret.

Kenaikan lambat pada volume output maupun permintaan baru yang dibarengi dengan penurunan inventori dan stagnasi ketenagakerjaan merupakan faktor utama yang membebani headline.

Data bulan Maret menunjukkan kinerja beragam di sektor manufaktur seluruh negara ASEAN peserta survei. Empat dari tujuh negara peserta survei menunjukkan perbaikan pada kondisi bisnis, turun dari lima negara pada dua bulan pertama tahun 2018.

Myanmar menggantikan Vietnam memimpin peringkat manufaktur ASEAN, karena pertumbuhan sektor manufaktur naik pada kisaran solid. Vietnam turun ke posisi kedua, setelah mencatat perbaikan lambat pada kondisi operasional. Sedangkan Filipina naik ke posisi ketiga setelah efek samping reformasi pajak terhadap permintaan mulai berkurang.

Indonesia menyaksikan pertumbuhan lebih lambat pada perekonomian manufaktur, sedangkan Malaysia melaporkan kondisi bisnis yang semakin lemah. Pelaku manufaktur Thailand menunjukkan penurunan kondisi manufaktur untuk pertama kalinya sejak bulan Oktober lalu. Singapura masih mengalami penurunan, meski tingkat penurunan merupakan yang paling lemah yang terjadi selama lima bulan.

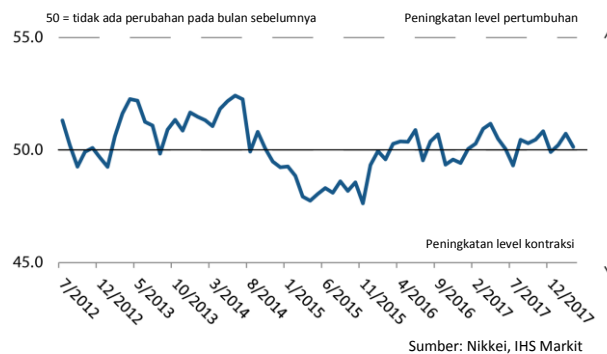
Secara keseluruhan, permintaan klien menurun di seluruh wilayah di akhir kuartal pertama. Hal ini terjadi meskipun penjualan asing baru-baru ini mengalami peningkatan, menunjukkan bahwa permintaan domestik yang menurun merupakan faktor utama penyebab pertumbuhan lambat pada total bisnis baru. Namun demikian, laju ekspansi penjualan ekspor hanya pada kisaran kecil.

Berlanjut...

Peringkat negara menurut PMI™ Manufaktur

	PMI	Perubahan yang terlihat
Myanmar	53,7	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan Februari)
Vietnam	51,6	Kenaikan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan Februari)
Filipina	51,5	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan Februari)
Indonesia	50,7	Kenaikan marginal (lebih lambat dibanding bulan Februari)
Malaysia	49,5	Penurunan marginal (lebih cepat dibanding bulan Februari)
Thailand	49,1	Penurunan marginal (perubahan arah)
Singapura	47,5	Penurunan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan Februari)

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei



PMI™ Manufaktur Nasional



Kondisi permintaan yang menurun berbarengan dengan kenaikan lambat pada produksi di seluruh wilayah. Tingkat pertumbuhan output melemah dari posisi bulan Februari dan tergolong kecil.

Juga nampak tanda-tanda adanya kapasitas cadangan dalam sektor manufaktur ASEAN yang membebani perekrutan. Penumpukan pekerjaan yang belum terselesaikan terus turun pada bulan Maret, memperpanjang tren saat ini menjadi tiga setengah tahun lebih.

Kenaikan yang lebih lemah pada produksi dan masuknya permintaan baru menyebabkan bisnis waspada tentang perekrutan dan pengaturan inventori. Jumlah karyawan secara umum tidak berubah pada bulan Maret, melanjutkan dua bulan ekspansi. Pertumbuhan pada aktivitas pembelian juga melambat pada bulan Februari. Berbarengan dengan itu, inventori pembelian dan barang jadi menurun lebih jauh.

Kinerja pemasok menurun sedikit pada bulan Maret melanjutkan perbaikan kecil pada bulan Februari. Akan tetapi, tingkat rata-rata perpanjangan waktu pemenuhan pesanan tergolong marginal. Dalam banyak kasus di seluruh wilayah, dilaporkan adanya kekurangan bahan baku tertentu seperti logam industri, bahan kimia, dan kertas.

Pelaku manufaktur ASEAN terus menghadapi biaya input yang lebih tinggi, yang mendorong beberapa perusahaan untuk membebankan sebagian kenaikan kepada pelanggan. Akan tetapi, kondisi permintaan yang menurun membatasi kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga jual mereka.

Inflasi biaya input masih menyolok pada bulan Maret, dengan laju kenaikan mencapai yang terbesar selama hampir satu tahun. Inflasi bertahan kuat di Filipina karena pajak cukai baru berhasil sampai pada harga input yang lebih tinggi. Myanmar, Indonesia, Malaysia dan Singapura mengalami kenaikan lebih cepat pada biaya input. Sementara Vietnam melaporkan kenaikan beban biaya yang lebih lambat meski masih tergolong tajam.

Menanggapi kenaikan biaya, seluruh negara peserta survei mencatat kenaikan harga jual yang dipimpin oleh Filipina.

Akhirnya, kepercayaan diri berbisnis terhadap output 12 bulan mendatang bertahan positif, namun sedikit turun ke posisi terendah sepanjang survei.

Tanggapan:

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

“Kenaikan manufaktur menghadapi hambatan di akhir kuartal pertama, dengan indikator survei ke depan mengarah pada pertumbuhan lambat di bulan yang akan datang.

“Baik output maupun permintaan baru tumbuh pada laju yang lebih lambat sedangkan ketenagakerjaan secara umum stagnan. Perusahaan hampir tidak menaikkan aktivitas pembelian, lebih mengandalkan inventori yang ada. Namun yang paling mengkhawatirkan adalah penurunan optimisme. Meskipun positif, kepercayaan diri berbisnis turun ke posisi terendah sejak survei dimulai enam tahun yang lalu.

“Kekhawatiran lain adalah kenaikan biaya input. Pelaku manufaktur ASEAN terus dihadapkan pada kenaikan tajam biaya input. Akan tetapi, penurunan permintaan menyaksikan pertumbuhan terbatas pada harga penjualan, menunjukkan bahwa sejauh ini perusahaan telah berupaya untuk meneruskan biaya yang lebih besar kepada pelanggan, yang kemudian menekan margin profit. Sebagian besar kenaikan biaya berasal dari kenaikan harga komoditas global untuk input seperti logam industri, bahan bakar, kertas, dan bahan kimia, menunjukkan bahwa perusahaan kurang memiliki kendali terhadap kenaikan beban biaya.”

-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 dua setengah juta pelanggan. Distribusi media multi-platform Nikkei juga termasuk online, penyiaran dan majalah.

Sejak kami memulai di tahun 1876 sebagai Chugai Bukka Shippo (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 dua setengah 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 500.000. Layanan online berbayar kami memiliki jumlah pembaca salah satu dari yang terbanyak di antara penerbit surat kabar dunia. Delapan 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 © 2018 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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

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](#)