

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

Kondisi manufaktur membaik pada laju yang lebih lambat

Poin-poin pokok:

- Headline PMI turun ke 50,7 pada bulan September
- Kenaikan lebih lambat pada output dan bisnis baru
- Harga input naik pada laju tercepat selama tiga tahun

Data dikumpulkan pada 12-21 September

Data bulan September menunjukkan bahwa sektor manufaktur Indonesia kehilangan momentum pertumbuhan, dengan perusahaan menunjukkan kenaikan lambat pada output, bisnis baru dan ketenagakerjaan. Pada saat yang sama, melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar AS menyebabkan kenaikan tajam pada biaya input rata-rata. Kemudian, perusahaan menaikkan biaya output mereka secara solid.

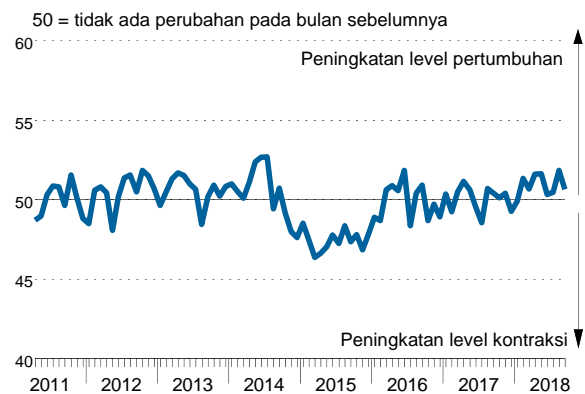
Headline *Purchasing Managers' Index™ (PMI™)* Manufaktur Indonesia dari Nikkei yang disesuaikan secara berkala turun dari posisi tertinggi selama 26 bulan pada bulan Agustus yaitu 51,9 ke 50,7 pada bulan September. Hal ini mengarah hanya pada perbaikan marginal pada kondisi manufaktur di seluruh Indonesia.

Output manufaktur di seluruh Indonesia naik selama dua bulan berturut-turut selama bulan September. Permintaan pasar yang kuat mendukung ekspansi terkini, menurut bukti anekdot. Namun demikian, tingkat pertumbuhan hanya berkisar marginal, setelah menurun dari periode survei sebelumnya.

Sementara itu, jumlah pesanan naik selama delapan bulan berturut-turut selama bulan September. Namun demikian, tingkat ekspansi menurun hingga paling lambat dalam tiga bulan dan tergolong marginal. Data pendukung menunjukkan bahwa melemahnya permintaan asing menjadi penyebab penurunan penjualan secara keseluruhan, karena bisnis ekspor baru terus menurun di akhir kuartal ketiga.

Menggambarkan persyaratan produksi yang lebih besar, perusahaan-perusahaan Indonesia menaikkan tingkat penyusunan staf selama bulan September. Akan tetapi, kenaikan pertumbuhan lapangan kerja hanya pada kisaran kecil.

PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Dari segi harga, perusahaan manufaktur Indonesia terus menghadapi tekanan biaya yang lebih tinggi selama bulan September. Terlebih lagi, tingkat inflasi naik hingga tertajam sejak bulan September 2015. Secara umum panelis menanggapi dengan melemahnya nilai tukar mata uang terhadap dolar AS.

Data bulan September juga menunjukkan bahwa perusahaan terus menaikkan biaya output mereka. Ada laporan bahwa perusahaan menaikkan harga jual dari pabrik untuk meneruskan kenaikan beban biaya kepada klien. Tingkat inflasi menurun dari posisi tertinggi dalam hampir tiga tahun pada bulan Agustus, namun masih tergolong solid secara keseluruhan.

Perusahaan manufaktur Indonesia menaikkan aktivitas pembelian selama bulan September, sehingga memperpanjang periode pertumbuhan saat ini ke delapan bulan. Akan tetapi, kenaikan terkini tergolong marginal dan yang paling lemah sejak bulan Maret.

Sementara itu, tren divergen tercatat baik untuk stok pra- maupun pascaproduksi selama bulan September. Tren divergen pada stok praproduksi naik pada kisaran marginal, sedangkan inventori barang jadi menurun pada laju tercepat sejak bulan Maret lalu.

Kepercayaan diri terhadap perkiraan 12 bulan mendatang untuk output menguat dalam empat bulan pada bulan September. Menurut para panelis, perkiraan positif untuk output berkaitan dengan rencana untuk diversifikasi produk dan peningkatan inisiatif pemasaran. Namun demikian, masing-masing indeks masih berada di bawah rata-rata historis.

Berlanjut...

Tanggapan:

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

“Sektor manufaktur Indonesia kehilangan momentum pertumbuhan pada bulan September, menggambarkan kenaikan lambat pada output, bisnis baru, dan ketenagakerjaan. Akan tetapi, ada laporan bahwa kenaikan terkini didorong oleh dukungan permintaan yang kuat.”

“Data harga menunjukkan tanda-tanda peringatan di tengah-tengah laporan melemahnya nilai tukar relatif terhadap dolar AS, bersamaan dengan inflasi biaya input yang naik tajam sejak bulan September 2015.”

“Meski margin semakin tertekan, tingkat sentimen menguat ke posisi tinggi sejak bulan Mei. Menurut bukti anekdotal, rencana perusahaan untuk mengejar peningkatan inisiatif pemasaran dan diversifikasi produk merupakan faktor utama di balik proyeksi positif untuk output pada tahun mendatang.”

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

Sejak kami memulai di tahun 1876 sebagai Chugai Bukka Shimo (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.



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)

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

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi
Telepon +65 6922-4239
Email 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™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei berdasarkan data yang dikompilasi dari respon bulanan terhadap kuesioner yang dikirimkan kepada eksekutif pembelian di lebih dari 300 perusahaan industry. 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 terdapan 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 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 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 perusahaan dan pemerintah, termasuk 80 persen peraih Fortune Global 500, dan merupakan institusi keuangan terkemuka dunia.

IHS Markit adalah merek dagang terdaftar dari IHS Markit Ltd. dan/atau afiliasinya. 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 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 Ltd. dan/atau afiliasinya.

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari IHS Markit, silakan email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).