

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Kondisi manufaktur ASEAN membaik pada awal tahun 2018

Poin-poin pokok:

- Output, permintaan baru dan ketenagakerjaan sedikit naik
- Penjualan ekspor mengalami penurunan lebih jauh
- Kenaikan signifikan pada harga input rata-rata

Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan Januari

	PMI	Perubahan yang terlihat
Vietnam	53,4	Kenaikan solid (lebih cepat dibanding bulan Desember)
Myanmar	51,7	Kenaikan tingkat sedang (lebih cepat dibanding bulan Desember)
Filipina	51,7	Kenaikan tingkat sedang (lebih lambat dibanding bulan Desember)
Thailand	50,6	Kenaikan marginal (lebih cepat dibanding bulan Desember)
Malaysia	50,5	Kenaikan marginal (perubahan arah)
Indonesia	49,9	Penurunan marginal (lebih lambat dibanding bulan Desember)
Singapura	46,4	Penurunan tajam (lebih lambat dibanding bulan Desember)

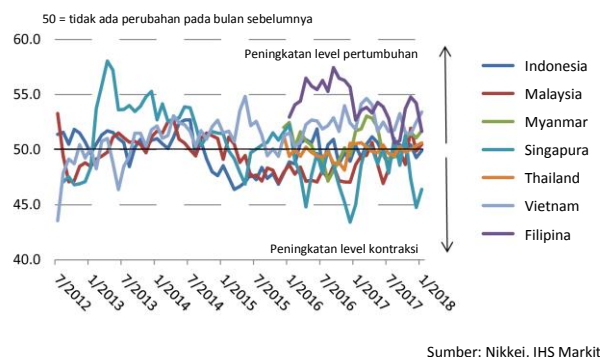
Perekonomian sektor manufaktur ASEAN mengawali tahun 2018 dengan catatan positif, **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei** kembali menunjukkan pertumbuhan pada bulan Januari setelah mengakhiri tahun lalu dengan kurang baik.

Headline PMI naik dari 49,9 pada bulan Desember ke posisi 50,2 pada bulan Januari, menandakan perbaikan marginal pada kondisi kesehatan sektor di seluruh wilayah. Kenaikan terbaru pada permintaan baru dan ketenagakerjaan merupakan faktor utama pendorong indeks headline, dibarengi dengan kenaikan lebih jauh pada produksi. Namun demikian, tingkat pertumbuhan pada ketiga indikator tersebut masih tergolong marginal.

PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



PMI Manufaktur Nasional



Data bulan Januari menunjukkan bahwa kenaikan tersebut relatif meluas, dengan lima dari tujuh negara peserta survei melaporkan perbaikan pada kondisi bisnis mereka, naik dari empat negara pada akhir tahun 2017. Hanya Indonesia dan Singapura yang gagal menyaksikan pertumbuhan pada kondisi sektor.

Vietnam menggantikan Filipina memimpin peringkat di seluruh wilayah mengawali tahun 2018 dengan pertumbuhan sektor manufaktur yang naik hingga posisi tertinggi dalam sembilan bulan. Sebaliknya, Filipina mengalami perbaikan yang lebih lambat pada kondisi operasional manufaktur, turun dari posisi teratas ke posisi kedua bersama dengan Myanmar.

Pelaku manufaktur Thailand mencatat pertumbuhan yang sedikit lebih cepat pada kondisi operasional, sementara Malaysia kembali mengalami pertumbuhan pada bulan Januari setelah kondisi bisnis yang secara umum stagnan pada bulan Desember. Kondisi manufaktur Indonesia secara umum tidak berubah, sedangkan perusahaan-perusahaan Singapura melaporkan penurunan yang melambat meski masih tergolong solid.

Permintaan klien secara keseluruhan meningkat pada bulan Januari, dengan data survei menunjukkan bahwa kenaikan permintaan domestik merupakan alasan utama kenaikan permintaan baru. Terlebih lagi, penjualan ekspor turun selama dua bulan berturut-turut, meski pada kisaran yang lebih lambat dibanding bulan Desember.

Total pemasukan bisnis baru yang lebih tinggi memaksa pelaku manufaktur ASEAN untuk menaikkan output pada bulan Januari, meski tingkat ekspansi masih sama dengan yang terlihat di bulan sebelumnya dan tergolong marginal.

Ketenagakerjaan juga sedikit naik di periode survei terakhir karena bisnis lebih percaya diri tentang perkiraan produksi di tahun mendatang. Indeks Output Masa Depan bertahan stabil di posisi tinggi selama hampir satu tahun.

Akan tetapi, masih ditemukan tanda kapasitas cadangan di sektor manufaktur ASEAN. Tingkat pekerjaan yang belum terselesaikan kembali turun pada bulan Januari, yang memperpanjang periode penurunan penumpukan kerja saat ini lebih dari selama tiga setengah tahun.

Meski permintaan meningkat, perusahaan masih terus waspada seputar aktivitas pembelian mereka. Pembelian input tidak berubah pada bulan Januari setelah menurun pada bulan Desember. Inventori terus menurun, dengan stok barang jadi turun pada kisaran tercepat dalam dua tahun.

Sementara itu, kinerja pemasok menurun lebih jauh pada bulan Januari. Bukti anekdot menunjukkan bahwa kekurangan bahan baku seperti yang dialami industri logam dan plastik menyebabkan pengiriman lebih lama.

Meskipun turun sedikit pada bulan Desember, tingkat inflasi biaya input masih tampak nyata pada bulan Januari. Inflasi biaya masih bertahan kuat di Myanmar, tren yang telah terlihat sejak bulan Mei tahun lalu. Perusahaan menunjuk pada kekurangan pasokan dan melemahnya nilai tukar atas kenaikan harga. Vietnam dan Filipina juga melaporkan kenaikan tajam pada biaya sementara Thailand

terus mengalami kenaikan sedang pada harga input.

Untuk melindungi margin profit, pelaku manufaktur ASEAN kembali menaikkan biaya atas produk mereka pada bulan Januari dan pada kisaran tercepat sejak bulan April tahun 2017. Seluruh negara peserta survei mencatat kenaikan harga lebih jauh di awal tahun.

Tanggapan:

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

“Perekonomian sektor manufaktur ASEAN mengawali tahun 2018 dengan pijakan yang positif, namun pertumbuhan masih rentan.

“Pertumbuhan output dan total permintaan baru masih marginal, namun penjualan ekspor mengalami penurunan selama dua bulan berjalan. Perusahaan tetap waspada terhadap aktivitas pembelian mereka, yang juga menyumbang penurunan lebih jauh pada inventori.

“Sementara ketenagakerjaan mengalami sedikit kenaikan, adanya kapasitas cadangan yang berkelanjutan nampaknya membebani perekrutan pada bulan-bulan mendatang. Mungkin tidak mengejutkan untuk menyaksikan pertumbuhan pekerjaan menurun karena perusahaan mengandalkan sumber daya yang ada untuk kebutuhan operasional.

“Catatan positif untuk mengawali tahun ini juga terganggu oleh kuatnya tekanan biaya. Juga dilaporkan kekurangan bahan baku utama, seperti yang terjadi pada industri logam dan plastik, yang terus mendorong jauh kenaikan biaya. Akibatnya, perusahaan menderita akibat tekanan lebih jauh pada margin profit karena mereka tidak mampu menaikkan harga jual mereka sejajar dengan kecepatan kenaikan biaya.

“Yang menggembirakan, kepercayaan diri terhadap output pada tahun mendatang masih bertahan kuat, dengan tingkat optimisme bertahan stabil di posisi hampir tertinggi dalam satu tahun. Terlebih jauh, penurunan terakhir pada stok barang jadi dapat mendorong pelaku manufaktur untuk menaikkan produksi sebagai bagian dari upaya untuk mengisi kembali inventori.”

-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](#)