

PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

Sektor manufaktur ASEAN mengalami sedikit ekspansi pada bulan Februari

Poin-poin pokok:

- Kenaikan marginal pada output dan permintaan baru
- Perusahaan kembali menaikkan harga karena inflasi biaya input semakin intensif
- Tingkat optimisme bisnis berada pada posisi terendah dalam 32 bulan

PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Setelah stagnan pada awal tahun, manufaktur ASEAN sedikit membaik pada bulan Februari, menurut *Purchasing Managers' Index (PMI™)* Manufaktur ASEAN dari Nikkei.

Di posisi 50,3 pada bulan Februari, data PMI terakhir naik dari 50,0 pada bulan Januari menunjukkan perbaikan pertama sejak bulan September 2016, meskipun tergolong marginal. Pertumbuhan output dan permintaan baru mendukung data indeks yang lebih tinggi, meski kisaran ekspansi tergolong kecil. Kondisi operasional membaik di sebagian besar perekonomian ASEAN, dengan pengecualian di Indonesia, Malaysia dan Singapura.

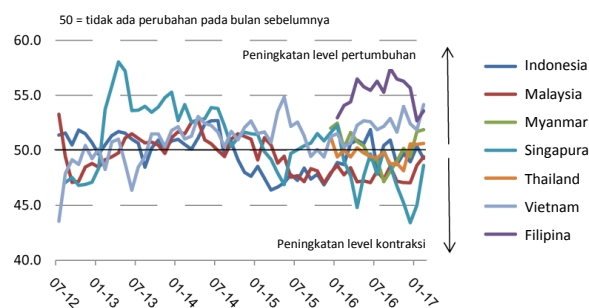
Vietnam menggantikan Filipina mencatat pertumbuhan terkuat pada bulan Februari, dan mencatat kenaikan terbaik pada kondisi operasional selama 21 bulan. Pelaku manufaktur Filipina menyaksikan laju ekspansi yang kuat, meski merupakan salah satu dari yang lemah jika dilihat dari rata-rata selama tahun 2016 secara keseluruhan. Myanmar mencatat penguatan pertumbuhan marginal sementara sektor

manufaktur Thailand terus berekspansi pada laju marginal. Pada saat yang sama, Malaysia dan Singapura menunjukkan tingkat keterpurukan yang lebih rendah, sedangkan Indonesia kembali ke area penurunan.

Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™ : Februari

Vietnam	54,2	tertinggi selama 21 bulan
Filipina	53,6	tertinggi selama 2 bulan
Myanmar	51,9	tertinggi selama 13 bulan
Thailand	50,6	tidak ada perubahan
Malaysia	49,4	tertinggi selama 21 bulan
Indonesia	49,3	terendah selama 2 bulan
Singapura	48,6	tertinggi selama 5 bulan

PMI Manufaktur Nasional



Data PMI nasional menunjukkan bahwa empat dari tujuh negara yang tercakup dalam survei melihat perbaikan pada kondisi sektor manufaktur. Yang berarti turun dari lima negara pada bulan Januari karena Indonesia mengalami penurunan pada output dan permintaan baru pada bulan Februari.

Permintaan domestik yang kuat terus mendorong pertumbuhan manufaktur ASEAN, karena total bisnis baru terus berekspansi secara marginal meskipun penurunan terjadi pada penjualan ekspor baru.

Permintaan klien yang lebih tinggi menyumbang kenaikan pertama pada aktivitas pembelian di seluruh wilayah selama lima bulan. Pada saat yang sama, output yang lebih besar mendorong kenaikan inventaris barang jadi. Stok praproduksi stabil secara umum.

Meskipun mengalami kenaikan pada output dan bisnis baru, ketenagakerjaan secara umum masih stagnan pada bulan Februari. Akan tetapi, data terakhir menunjukkan berkurangnya tekanan pada kapasitas operasional secara berkelanjutan sebagaimana dibuktikan oleh penurunan lebih jauh pada penumpukan pekerjaan. Kenaikan biaya masih dilaporkan di seluruh sektor industri manufaktur ASEAN, dengan tingkat inflasi mencapai posisi tertinggi dalam tiga tahun. Depresiasi nilai tukar mata uang lokal dan harga yang lebih tinggi untuk bahan baku merupakan penyebab utama naiknya tekanan biaya, menurut bukti anekdot. Sementara inflasi terlihat di semua negara peserta survei, Malaysia mencatat kenaikan terkuat pada biaya input, yang mencapai rekor kecepatan. Responden survei menunjukkan bahwa depresiasi ringgit sebagai penyebab utama.

Kenaikan tajam pada beban biaya menyebabkan pelaku manufaktur harus menaikkan harga jual mereka pada laju yang lebih cepat. Secara keseluruhan, biaya output di seluruh sektor manufaktur ASEAN naik pada laju tercepat sejak bulan Oktober 2015. Semua negara peserta survei melaporkan kenaikan harga jual, dengan kenaikan paling tajam dicatat oleh Malaysia.

Kinerja pemasok sedikit memburuk pada bulan Februari, sebagian disebabkan oleh tren pembelian yang membaik. Akan tetapi, hanya tiga dari tujuh negara yang menjadi sasaran survei mencatat waktu pengiriman yang diperpanjang.

Melihat ke depan, kepercayaan diri berbisnis di sektor manufaktur ASEAN masih di bawah kisaran rata-rata, mencapai posisi terendah dalam 32 bulan. Merujuk pada data PMI nasional yang menunjukkan variasi substansial pada harapan masa mendatang atas output manufaktur di seluruh wilayah.

Tanggapan:

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

“Secara keseluruhan, pelaku manufaktur ASEAN menunjukkan perbaikan pada kondisi bisnis secara umum pada bulan Februari setelah melemah pada awal tahun 2017. Perbaikan umum terlihat di sebagian besar negara di wilayah ASEAN. Namun jika dilihat secara individu, perekonomian industri manufaktur masih berkembang pada kecepatan yang berbeda.

“Hal ini nampak dari variasi substansial pada kepercayaan diri berbisnis di seluruh pelaku manufaktur ASEAN. Sementara mayoritas produsen barang di Filipina, Indonesia dan Vietnam optimis tentang perkiraan 12 bulan mendatang, tingkat optimisme tergolong lebih rendah di Thailand, Malaysia dan Myanmar. Pelaku manufaktur Singapura merupakan satu-satunya yang menunjukkan optimisme tentang output masa depan pada tahun yang akan datang.

“Sebagian, permintaan produk ASEAN yang tergolong rendah menjelaskan perbedaan kepercayaan diri, khususnya negara yang lebih tergantung pada permintaan luar negeri untuk mencapai pertumbuhan. Pelemahan baru-baru ini pada nilai tukar mata uang regional tidak dapat menaikkan permintaan asing, namun justru memperburuk kenyataan meningkatnya biaya.

“Biaya operasional yang tidak merata masih menjadi permasalahan utama bagi pelaku manufaktur ASEAN, yang mengharuskan untuk membebaskan sebagian kenaikan harga input kepada pelanggan, jika bisa dilakukan. Tetapi inflasi biaya input terus berada di atas harga yang dikenakan oleh pelaku manufaktur, yang menambah beban pada margin profit.

“Dari segi kebijakan, kenaikan inflasi mungkin dapat membatasi upaya pelaku bank sentral di ASEAN untuk memberikan lebih banyak stimulus moneter. Hal ini berarti bahwa kebijakan fiskal nampaknya harus muncul untuk merangsang pertumbuhan, sebagaimana telah diamati di perekonomian beberapa negara ASEAN.”

-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](#)