

# PMI™ Manufaktur ASEAN dari Nikkei

## Sektor manufaktur ASEAN stagnan selama bulan Juni

### Poin-poin pokok:

- Produksi sedikit berubah karena total pertumbuhan permintaan baru melambat
- Penjualan ekspor mengalami ekspansi pada kisaran tercepat selama empat tahun
- Tekanan inflasi mulai membaik

### Peringkat negara menurut PMI Manufaktur™: Bulan Juni

	PMI	Perubahan yang terlihat
Filipina	<b>53,9</b>	Kenaikan solid (lebih lambat dibanding bulan Mei)
Vietnam	<b>52,5</b>	Kenaikan sedang (lebih cepat dibanding bulan Mei)
Thailand	<b>50,4</b>	Kenaikan marginal (perubahan arah)
Singapura	<b>50,3</b>	Kenaikan marginal (perubahan arah)
Indonesia	<b>49,5</b>	Penurunan marginal (perubahan arah)
Myanmar	<b>49,4</b>	Penurunan marginal (perubahan arah)
Malaysia	<b>46,9</b>	Penurunan solid (lebih cepat dibanding bulan Mei)

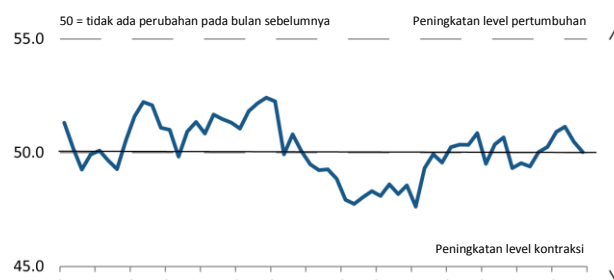
Kondisi operasional sektor manufaktur di seluruh wilayah ASEAN tidak berubah di akhir kuartal kedua, menurut survei PMI terakhir.

**Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur ASEAN dari Nikkei** turun dari 50,5 pada bulan Mei ke posisi 50,0 pada bulan Juni, yang menandai untuk pertama kalinya bahwa PMI telah tercatat di atas 50,0 sejak bulan Januari.

Kenaikan pada total permintaan baru dan ketenagakerjaan memberikan dukungan penting terhadap indeks headline, meski masing-masing tingkat ekspansi tergolong kecil. Sebaliknya, pertumbuhan output secara umum mengalami kemandekan setelah lima bulan ekspansi.

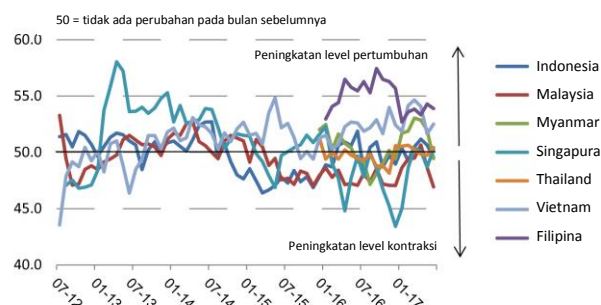
Data bulan Juni menunjukkan kinerja beragam sektor manufaktur di seluruh negara di wilayah ini, dengan berbagai upaya untuk mempertahankan pertumbuhan. Empat dari tujuh negara yang tercakup dalam survei

### PMI Manufaktur ASEAN dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

### PMI Manufaktur Nasional



Sumber: Nikkei, IHS Markit

menunjukkan perubahan arah dari segi kinerja, naik dari posisi kedua pada bulan Mei.

Sebagian kembali melaporkan perbaikan pada kondisi bisnis, dengan empat negara mengalami pertumbuhan di seluruh sektor manufaktur mereka.

Pertumbuhan bertahan kuat di Filipina selama dua bulan berturut-turut, meski tingkat ekspansi melemah sejak bulan Mei. Vietnam bergerak ke posisi kedua karena pertumbuhan sektor manufaktur naik dari posisi di bulan sebelumnya.

Thailand dan Singapura menyatakan kembali ke perbaikan kondisi bisnis setelah mengalami pertumbuhan pada bulan Mei. Sebaliknya, Indonesia dan Myanmar kembali turun setelah mencatat ekspansi pada bulan sebelumnya, meski tingkat penurunan tergolong marginal di kedua negara tersebut. Perusahaan Malaysia mencatat tingkat penurunan tajam dibandingkan pada bulan Mei.

Secara keseluruhan, permintaan klien di seluruh wilayah cenderung menurun, karena pertumbuhan menurun selama lima bulan. Meski demikian permintaan dari klien asing menguat pada bulan Juni, sebagaimana ditunjukkan oleh penjualan ekspor baru yang naik pada laju tercepat selama kurun waktu empat tahun.

Penurunan pada arus bisnis baru memaksa produksi perusahaan mengalami sedikit perubahan pada bulan Juni. Untuk pertama kalinya pada tahun ini, output tidak mengalami ekspansi di seluruh wilayah.

Keseluruhan permintaan yang melemah membuat pelaku manufaktur ASEAN untuk waspada akan aktivitas penjualan. Tingkat pembelian input pada bulan Juni tidak berubah dibandingkan pada bulan Mei, yang kemudian membebani tingkat inventaris. Stok input manufaktur maupun barang jadi turun lebih jauh, meski hanya marginal. Konsisten dengan input yang mengalami kelesuan, kesibukan pemasok menjadi berkurang, yang kemudian menyebabkan waktu pengiriman lebih cepat. Terlebih lagi, kinerja pemasok membaik untuk pertama kalinya sejak bulan Oktober lalu.

Di tengah-tengah lesunya pertumbuhan permintaan baru, penumpukan kerja kembali menurun sehingga memperpanjang periode penurunan saat ini ke tiga tahun. Hal ini menyoroti keuangan kapasitas di seluruh wilayah, yang terus membebani perekrutan karyawan. Terutama pertumbuhan ketenagakerjaan masih bertahan di level marginal meski sempat naik sedikit pada bulan Juni.

Dari segi harga, ada tanda tekanan inflasi akan menurun lebih jauh pada bulan Juni. Inflasi biaya bergerak di level sedang ke posisi rendah enam bulan namun masih tergolong kuat. Myanmar kembali mencatat tingkat inflasi biaya tercepat, diikuti oleh Indonesia. Malaysia turun ke posisi ketiga, karena tekanan biaya terus menurun. Pelaku manufaktur Singapura melaporkan biaya input lebih tinggi setelah menurun pada bulan Mei.

Konsisten dengan kenaikan kecil pada biaya input, biaya untuk barang-barang produksi ASEAN naik pada kisaran sedang sama dengan yang terjadi pada bulan Mei. Terlebih lagi, tingkat kenaikan harga jual terus terjadi di bawah biaya, menunjukkan tekanan berkelanjutan pada margin profit. Secara keseluruhan, lima dari tujuh negara yang tercakup dalam survei melaporkan harga jual lebih tinggi pada bulan Juni.

Sementara itu, kepercayaan diri berbisnis membaik sejak bulan sebelumnya, meski masih berada pada tingkat yang tergolong rendah sepanjang survei.

### Tanggapan:

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

*“Sektor manufaktur ASEAN stagnan pada bulan Juni di tengah-tengah kondisi permintaan yang melemah, yang mana merupakan berita yang mengecewakan setelah awal yang menjanjikan di awal kuartal kedua.*

*“Setelah lima bulan ekspansi, output di seluruh wilayah secara umum tidak mengalami perubahan sedangkan pertumbuhan di total permintaan menurun.*

*“Kekhawatiran terbesar adalah ada tanda upaya keras untuk menjaga pertumbuhan sektor manufaktur di antara beberapa negara ASEAN yang tercakup dalam survei. Perbaikan pada perdagangan internasional tidak banyak membantu negara regional untuk meningkatkan aktivitas manufaktur mereka, meski penjualan ekspor naik pada kisaran tercepat selama kurun waktu empat tahun pada bulan Juni.*

*“Jika permintaan domestik terus menurun, maka peluang kerja akan terkena dampaknya, khususnya ketika ditemukan tanda kapasitas cadangan di sektor tersebut. Sehingga dapat dikatakan, laju yang tidak merata perkembangan manufaktur di seluruh wilayah menunjukkan bahwa beberapa negara ASEAN terkena dampak yang lebih besar dibandingkan negara lainnya.*

*“Sedangkan Indeks Output Masa Depan (tanda untuk kepercayaan diri berbisnis) sedikit membaik pada bulan Juni, yang mana masih jauh di bawah kisaran rata-rata jangka panjang, menggambarkan kewaspadaan di antara negara-negara ASEAN.”*

-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 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/>

### 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, Ekonom  
Telepon 65-6922-4226  
Email [bernard.aw@ihsmarkit.com](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi  
Telepon 65-6922-4239  
E-mail [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto: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](mailto: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](mailto:economics@ihsmarkit.com).

### Tentang IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://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](http://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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#)