

# PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei

## PMI turun ke posisi terendah dalam lima bulan pada bulan November

### Poin-poin pokok:

- Total permintaan baru secara umum stabil, namun penjualan ekspor terus menurun
- Rantai pasokan semakin tertekan akibat gangguan cuaca
- Tekanan inflasi masih kuat

Data dikumpulkan pada 12-23 November

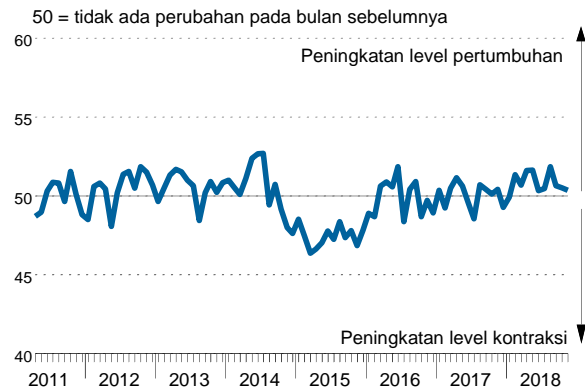
Momentum pertumbuhan di sektor manufaktur Indonesia terus melambat menuju triwulan keempat di tengah-tengah penurunan kondisi permintaan. Sementara output terus naik, permintaan baru secara umum stagnan. Nampak terdapat bukti bahwa kenaikan harga membebani permintaan klien.

Rantai pasokan semakin memanjang karena gangguan cuaca dan kekurangan bahan baku yang menghambat upaya distribusi. Permintaan yang lemah menyebabkan perusahaan menahan aktivitas pembelian. Ketenagakerjaan juga tumbuh pada kisaran yang lebih lambat. Sementara itu, tekanan inflasi masih kuat. Namun kepercayaan diri berbisnis terus bertahan positif.

Headline **Purchasing Managers' Index (PMI™) Manufaktur Indonesia dari Nikkei** yang disesuaikan secara berkala turun ke 50,4 pada bulan November, dari posisi 50,5 pada bulan Oktober, menunjukkan perbaikan kecil pada kondisi kesehatan sektor tersebut. Data terkini merupakan yang paling rendah selama lima bulan. Headline PMI memberikan gambaran tentang kinerja manufaktur di suatu negara yang berasal dari pertanyaan seputar output, permintaan baru, ketenagakerjaan, inventori, dan waktu pengiriman.

Data survei bulan November menyoroti perpaduan faktor-faktor termasuk penguatan dolar, cuaca buruk, dan kekurangan pasokan yang memengaruhi aktivitas manufaktur di seluruh Indonesia. Nampak tanda-tanda lainnya yang menunjukkan penurunan permintaan klien, khususnya dari sumber eksternal. Permintaan total secara umum tidak berubah dari bulan sebelumnya selama bulan November, sedangkan penjualan ekspor menurun selama dua belas bulan berturut-turut.

### PMI™ Manufaktur Indonesia dari Nikkei



Sumber: Nikkei, IHS Markit

Kondisi permintaan yang menurun menyebabkan perusahaan menahan pembelian input. Kuantitas pembelian secara umum tidak berubah, yang menyebabkan penurunan inventori input untuk pertama kalinya dalam lima bulan.

Meski penjualan menurun, produksi terus bertumbuh meski pada kisaran sedang. Namun demikian, kenaikan output tidak berhasil menambah stok pascaproduksi. Sebaliknya, stok barang jadi menurun lebih jauh. Umumnya perusahaan mengaitkan penurunan inventori dengan penurunan penjualan dan upaya pemenuhan permintaan klien.

Kinerja vendor terus memburuk, memperpanjang tren penundaan waktu pengiriman ke periode hampir satu setengah tahun. Bukti survei menunjukkan beberapa faktor berdampak pada rantai pasokan, termasuk kesulitan sumber bahan baku dan cuaca buruk.

Produsen barang Indonesia terus menghadapi beban biaya yang besar pada bulan November. Meski lebih lambat dari catatan bulan Oktober, inflasi harga input masih tajam. Panelis sering mengaitkan hal ini dengan penguatan dolar dan kekurangan pasokan. Dalam upaya untuk melindungi margin, perusahaan terus menaikkan biaya output mereka.

Terakhir, kepercayaan diri terhadap perkiraan output tahun mendatang bertahan positif. Alasan atas optimisme termasuk peluncuran produk baru, investasi modal, kenaikan proyeksi penjualan, dan aktivitas promosi.

*Berlanjut...*

## Tanggapan:

Menanggapi data survei PMI Manufaktur Indonesia, **Bernard Aw**, Kepala Ekonom di IHS Markit, sebagai penyusun survei, mengatakan:

*“Menurut survei PMI dari Nikkei terkini, sektor manufaktur Indonesia kehilangan momentum di pertengahan triwulan keempat. Menempatkan posisi kinerja triwulanan di posisi paling lemah tahun ini.*

*“Perkiraan jangka pendek masih tidak jelas karena survei menunjukkan tanda-tanda penurunan kondisi permintaan. Arus permintaan baru secara umum stagnan, dengan penjualan ekspor masih menurun. Perusahaan menahan pembelian input, yang menyebabkan penurunan inventori yang dibeli untuk pertama kalinya dalam lima bulan. Prospek jangka panjang masih menjanjikan, dengan perusahaan secara umum mengharapkan kenaikan output pada tahun mendatang.*

*“Tekanan inflasi yang kuat masih menjadi penyebab utama karena perusahaan dihadapkan pada kenaikan biaya input sementara permintaan menurun. Penguatan dolar, kenaikan harga komoditas global, dan kekurangan pasokan terkait cuaca menyumbang pengaruh terhadap inflasi.”*

- 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 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 <http://asia.nikkei.com/> **ASIAN REVIEW**

**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](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Pemasaran dan Kuminikasi  
Telepon +65 6922-4239  
Email [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™ 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 dibalik 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](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 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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).