

Rilis Berita

Diembargo hingga 0730 WIB (0030 UTC) 3 Juni 2024

PMI[®] Manufaktur Indonesia dari S&P Global

Pertumbuhan solid pada perekonomian sektor manufaktur Indonesia pada bulan Mei

Temuan pokok

Output dan permintaan baru kembali naik, meski pada kisaran yang lebih lambat

Keyakinan terhadap perkiraan mendatang di posisi terendah dalam waktu lebih dari empat tahun

Inflasi biaya input naik

Perekonomian manufaktur Indonesia terus membaik pada bulan Mei, mendorong perolehan output dan permintaan baru. Namun, pertumbuhan menurun dibandingkan dengan bulan-bulan terakhir, kepercayaan diri turun ke posisi terendah dalam waktu lebih dari empat tahun. Penyusunan staf sedikit berubah, sementara itu biaya inflasi input naik. Tekanan pasar membatasi kemampuan perusahaan menentukan harga dan beban biaya yang diteruskan kepada klien.

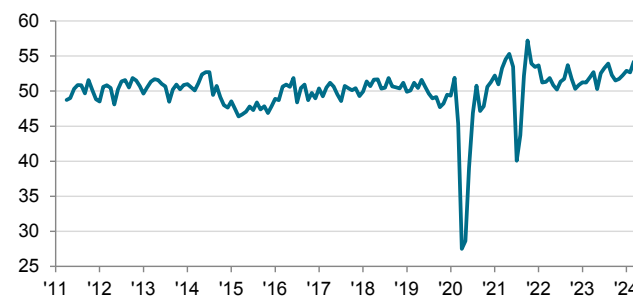
Headline *Purchasing Manager's Index™* (PMI[®]) Manufaktur Indonesia dari S&P Global yang disesuaikan secara berkala menunjukkan perbaikan kondisi pengoperasian selama tiga puluh tiga bulan berturut-turut pada bulan Mei. Tingkat pertumbuhan solid meski PMI turun ke titik 52,1 dari 52,9 pada bulan April, mengarah pada perlambatan ekspansi sejak bulan November.

Output dan permintaan baru melambat pada periode survei bulan Mei, meski tingkat pertumbuhan masih tergolong sehat dan di atas tren jangka panjang. Panelis melaporkan bahwa permintaan pasar menunjukkan sinyal positif meski didominasi oleh domestik. Pesanan ekspor baru turun selama tiga bulan berturut-turut menyoroti perlambatan berkelanjutan pada permintaan manufaktur global. Akibatnya, permintaan baru secara umum naik ke posisi terendah selama enam bulan.

Dengan produksi naik lebih cepat dari permintaan baru pada bulan Mei, perusahaan dapat membangun inventaris lebih lanjut. Data terkini menunjukkan bahwa stok barang jadi naik pada laju terkuat selama 16 bulan dalam empat bulan berturut-turut meski tergolong sedang. Akan tetapi penumpukan pekerjaan naik meski pada tingkat marginal dan terendah sejak bulan Februari.

Tentang ketenagakerjaan, perusahaan mungkin berhati-hati terkait jumlah tenaga kerja, beberapa perusahaan memutuskan untuk tidak mengganti staf yang berhenti. Secara umum, tingkat susunan staf menurun selama dua

S&P Global PMI Manufaktur Indonesia
sa, >50 = pertumbuhan sejak bulan sebelumnya



Sumber: S&P Global PMI.
Data dikumpulkan 10-23 Mei 2024.

Tanggapan

Paul Smith, Economics Director S&P Global Market Intelligence, mengatakan:

“Data survei bulan Mei menunjukkan kinerja solid sektor manufaktur, didorong oleh perolehan output dan permintaan baru. Permintaan pasar bertahan positif, meski sebagian besar didukung oleh klien domestik karena manufaktur global terus menunjukkan penurunan kinerja untuk permintaan ekspor baru.

“Meski pertumbuhan bertahan positif, terlihat tanda-tanda akan memburuk. Tingkat pertumbuhan secara umum rendah, sementara kepercayaan diri turun ke posisi terendah selama lebih dari empat tahun. Tekanan biaya juga naik. Dapat dipahami bahwa perusahaan berhati-hati terhadap jumlah tenaga kerja dengan menunggu dan melihat daripada mengganti staf yang berhenti.”

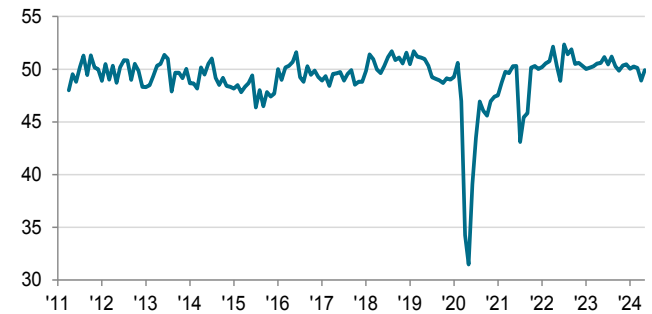
bulan berturut-turut (meski hanya sedikit). Ketidakpastian tentang perkiraan mendatang juga membebani perekrutan. Sentimen masih bertahan positif di tengah harapan kenaikan penjualan dan persyaratan produksi pada tahun mendatang. Akan tetapi, secara keseluruhan kepercayaan diri di titik terendah selama survei sejak bulan Maret 2020. Muncul kekhawatiran bahwa tanda-tanda penurunan permintaan pasar akan semakin intensif dalam 12 bulan ke depan.

Perusahaan kurang berhati-hati dalam hal aktivitas pembelian, yang terus tumbuh dengan kecepatan tinggi pada bulan Mei. Pertumbuhan pada dasarnya untuk menanggapi produksi saat ini dan kebutuhan pesanan, sekaligus sengaja untuk mengurangi inventaris input. Stok pembelian secara umum naik kembali pada bulan Mei, naik selama lima belas bulan berturut-turut dan pada laju solid.

Terakhir, dari segi harga, manufaktur Indonesia kembali melaporkan bahwa inflasi harga input menguat. Panelis melaporkan bahwa harga input secara umum naik, sebagian disebabkan oleh nilai tukar yang buruk. Pemasok menaikkan tarif, meski hal ini terjadi bersamaan dengan sedikit perbaikan pada kinerja pengiriman mereka (peningkatan kedua dalam tiga bulan). Namun permintaan pasar dan permintaan diskon terbatas pada besaran inflasi biaya input yang dapat dibebankan kepada klien. Data terkini menunjukkan kenaikan sedang pada biaya output pada bulan Mei, dengan inflasi menurun ke posisi terendah sejak bulan Oktober.

Indeks Pekerjaan PMI Manufaktur Indonesia

sa, >50 = pertumbuhan sejak bulan sebelumnya



Sumber: S&P Global PMI.

Contact

Paul Smith
Direktur Ekonomi
S&P Global Market Intelligence
Telepon: +44 1491 461 038
paul.smith2@spglobal.com

SungHa Park
Komunikasi Perusahaan
S&P Global PMI Market Intelligence
Telepon: +82 2 6001 3128
sungha.park@spglobal.com

Jika Anda memilih untuk tidak menerima berita dari S&P Global PMI, silakan email katherine.smith@spglobal.com. Untuk membaca kebijakan privasi kami, klik [disini](#).

Metodologi survei

PMI® Manufaktur Indonesia dari S&P Global PMI disusun oleh S&P Global PMI berdasarkan jawaban-jawaban kuesioner bulanan yang dikirimkan kepada manajer pembelian yang tergabung dalam satu panel terdiri dari sekitar 400 perusahaan manufaktur. Panel tersebut dikelompokkan berdasarkan ukuran sektor dan tenaga kerja perusahaan secara terperinci, berdasarkan kontribusinya terhadap GDP. Pengumpulan data dimulai pada bulan April 2011.

Tanggapan survei dikumpulkan pada pertengahan kedua setiap bulan dan menunjukkan arah perubahan dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Indeks difusi dihitung untuk setiap variabel survei. Indeks adalah jumlah persentase tanggapan 'kenaikan' dan setengah persentase tanggapan 'tidak ada perubahan'. Indeks bervariasi antara 0 dan 100, dengan data di atas 50 yang menunjukkan kenaikan secara keseluruhan dibandingkan dengan bulan sebelumnya, dan di bawah 50 keseluruhan penurunan. Indeks kemudian disesuaikan secara berkala.

Data utama adalah Purchasing Managers' Index™ (PMI). PMI adalah rata-rata terukur dari indeks-indeks berikut ini: Permintaan Baru (30%), Output (25%), Ketenagakerjaan (20%), Waktu Pengiriman dari Pemasok (15%) dan Stok Pembelian (10%). Untuk kalkulasi PMI, Indeks Waktu Pengiriman dari Pemasok dibalik sehingga bergerak ke arah yang sama dengan indeks lainnya.

Data survei yang mendasari tidak direvisi setelah publikasi, namun faktor penyesuaian secara berkala mungkin berubah dari waktu ke waktu sesuai kebutuhan yang akan memengaruhi rangkaian data yang disesuaikan secara berkala.

Untuk informasi lebih lanjut tentang metodologi survei PMI, silakan hubungi economics@spglobal.com.

Penafian

Hak kekayaan intelektual atas data yang disajikan di sini dimiliki oleh atau dilisensikan kepada S&P Global dan/atau afiliasinya. Setiap penggunaan yang tidak sah, termasuk namun tidak terbatas pada menyalin, menyebarkan, memindahkan atau sebaliknya data apa pun yang ada tidak diizinkan tanpa persetujuan dari S&P Global. S&P Global tidak akan bertanggung jawab, bertugas atau berkewajiban apa pun atas konten atau informasi ("Data") yang terkandung di sini, kesalahan, ketidakakuratan, kelalaian atau keterlambatan pada Data, atau untuk setiap tindakan yang diambil dengan mengandalkan data. Dalam hal apa pun, S&P Global tidak bertanggung jawab atas segala kerusakan khusus, insidental, atau konsekuensial, yang timbul dari penggunaan Data. *Purchasing Managers' Index™* dan *PMI®* adalah merek dagang atau merek dagang terdaftar milik S&P Global Inc atau dilisensikan kepada S&P Global Inc dan/atau afiliasinya.

Konten ini diterbitkan oleh S&P Global Market Intelligence dan bukan oleh S&P Global Ratings, yang merupakan divisi terpisah S&P Global. Memperbanyak informasi, data atau material, termasuk rating ("Konten") dalam bentuk apa pun dilarang kecuali atas izin tertulis dari pihak terkait. Pihak tersebut, termasuk afiliasi dan pemasok ("Penyedia Konten") tidak menjamin akurasi, kecukupan, kelengkapan, ketepatan waktu atau ketersediaan Konten apa pun dan tidak bertanggung jawab atas kesalahan atau penghilangan (lalai atau sebaliknya), apa pun penyebabnya, atau akibat dari penggunaan Konten tersebut. Penyedia Konten tidak bertanggung jawab atas kerusakan, biaya, pengeluaran, atau biaya hukum, atau kerugian (termasuk hilangnya pendapatan atau hilangnya keuntungan dan biaya peluang) berkaitan dengan penggunaan Konten.