



PROPERTI

MEDIA KLIPPING

Media : Koran Jakarta
Media Title : PPRO Incar Marketing Sales Rp 3,8 Triliun
Date of Issue : Kamis, 8 Maret 2018
Time : 05.20 WIB

Strategi Bisnis

PPRO Incar "Marketing Sales" Rp3,8 Triliun

JAKARTA - PT PP Properti Tbk (PPRO) menargetkan marketing sales tahun ini sebesar 3,8 triliun rupiah. Perseroan pun menargetkan pencapaian laba bersih yang diatribusikan ke pemilik entitas induk sebesar 528 miliar rupiah. Pada tahun ini Perseroan pun akan mendapatkan kontribusi tambahan dari segmen hospitality, yaitu mulai beroperasinya Hotel Kazza di Surabaya dan mulai proses konstruksi dari Prime Park Hotel & Convention di Lombok.

Direktur Utama PPRO, Taufik Hidayat, mengatakan selain fokus pada pengembangan ca-

dangan lahan yang sudah ada, di 2018 ini Perseroan akan mulai pengembangan beberapa lokasi TOD (transit oriented development) dan peningkatan pendapatan berulang (recurring income) melalui pembangunan hotel di Surabaya, Lombok dan Labuan Bajo.

"Perseroan telah menetapkan target marketing sales tahun ini sebesar 3,8 triliun rupiah. Manajemen pun yakin dapat memenuhi komitmennya kepada para pemegang saham untuk pencapaian target kinerja di 2018 yang semakin jauh lebih baik dan bersaing," ungkap dia di Jakarta, Rabu (7/3).

Adapun dengan beroperasinya beberapa proyek hospitality diharapkan dapat meningkatkan recurring income Perseroan menjadi 10-15 persen terhadap total laba.

Perseroan juga meluncurkan inovasi berupa penerapan Sales Apps PPRO Juara. Aplikasi ini berbasis apps yang dapat didownload melalui Android dan Ios yang dibangun untuk kepentingan pemasaran dan penjualan unit Apartemen Perseroan. Aplikasi ini merupakan sebuah tools atau alat bantu bagi sales dalam melakukan kegiatan mulai dari promosi, pemasaran sampai kepada tran-

saksi penjualan unit.

Untuk 2017, Perseroan memproyeksikan laba bersih yang diatribusikan ke pemilik entitas induk sekitar 444 miliar rupiah atau tumbuh 22 persen, dibandingkan periode sama tahun lalu sebesar 366 miliar rupiah. Perolehan laba bersih tersebut ditopang oleh peningkatan marketing sales yang meningkat 21 persen menjadi sebesar 3,01 triliun rupiah dari tahun 2016 sebesar 2,4 triliun rupiah.

Raihan marketing sales ditopang oleh beberapa proyek antara lain Grand Kamala lagoon (24 persen), Grand Shamaya (18 persen), Aparte-

men Begawan (9 persen), Grand Dharmahusada Lagoon (5 persen), Gunung Putri Square (5 persen), The Ayoma (4 persen) dan beberapa proyek realti serta commercial lainnya. Saat ini Laporan Keuangan Audited Perseroan masih dalam proses finalisasi yang rencana akan direlease pada pekan depan.

Arus kas dari aktivitas operasi tahun 2017 tercatat positif sekitar 67 miliar rupiah dengan posisi saldo kas pada akhir tahun positif sekitar 996 miliar rupiah. Penguatan dari sisi arus kas mendorong tercapainya posisi neraca keuangan yang sehat. ■ yni/AR-2

PT PP Properti Tbk

Plaza PP 7th Floor - Jl. Letjend. TB. Simatupang No. 57 Pasar Rebo, Jakarta 13760 – Indonesia

www.pp-properti.com

Media : Koran-Jakarta.com
Media Title : PPRO Incar Marketing Sales Rp 3,8 Triliun
Date of Issue : Kamis, 8 Maret 2018
Time : 05.20 WIB

KORAN JAKARTA
Kebenaran Itu Tidak Pernah Memihak!

Sh



Strategi Bisnis

PPRO Incar “Marketing Sales” Rp3,8 Triliun



Foto : istimewa

JAKARTA - PT PP Properti Tbk (PPRO) menargetkan marketing sales tahun ini sebesar 3,8 triliun rupiah. Perseroan pun menargetkan pencapaian laba bersih yang diatribusikan ke pemilik entitas induk sebesar 528 miliar rupiah. Pada tahun ini Perseroan pun akan mendapatkan kontribusi tambahan dari segmen hospitality, yaitu mulai beroperasinya Hotel Kaza di Surabaya dan mulai proses konstruksi dari Prime Park Hotel & Convention di Lombok.

Direktur Utama PPRO, Taufik Hidayat, mengatakan selain fokus pada pengembangan cadangan lahan yang sudah ada, di 2018 ini Perseroan akan mulai pengembangan beberapa lokasi TOD (transit oriented development) dan peningkatan pendapatan berulang (recurring income) melalui pembangunan hotel di Surabaya, Lombok dan Labuan Bajo. “Perseroan telah menetapkan target marketing sales tahun ini sebesar 3,8 triliun rupiah.

Manajemen pun yakin dapat memenuhi komitmennya kepada para pemegang saham untuk pencapaian target kinerja di 2018 yang semakin jauh lebih baik dan bersaing,” ungkap dia di Jakarta, Rabu (7/3). Adapun dengan beroperasinya beberapa proyek hospitality diharapkan dapat meningkatkan recurring income Perseroan menjadi 10-15 persen terhadap total laba. Perseroan juga meluncurkan inovasi berupa penerapan Sales Apps PPRO Juara.

Aplikasi ini berbasis apps yang dapat didownload melalui Android dan Ios yang dibangun untuk kepentingan pemasaran dan penjualan unit Apartemen Perseroan. Aplikasi ini merupakan sebuah tools atau alat bantu bagi sales dalam melakukan kegiatan mulai dari promosi, pemasaran sampai kepada transaksi penjualan unit. Untuk 2017, Perseroan memproyeksikan laba bersih yang diatribusikan ke pemilik entitas induk sekitar 444 miliar rupiah atau tumbuh 22 persen, dibandingkan periode sama tahun lalu sebesar 366 miliar rupiah.

Perolehan laba bersih tersebut ditopang oleh peningkatan marketing sales yang meningkat 21 persen menjadi sebesar 3,01 triliun rupiah dari tahun 2016 sebesar 2,4 triliun rupiah. Raihan marketing sales ditopang oleh beberapa proyek antara lain Grand Kamala lagoon (24 persen), Grand Shamaya (18 persen), Apartemen Begawan (9 persen), Grand Dharmahusada Lagoon (5 persen), Gunung Putri Square (5 persen), The Ayoma (4 persen) dan beberapa proyek realti serta commercial lainnya.

Saat ini Laporan Keuangan Audited Perseroan masih dalam proses finalisasi yang rencana akan direlease pada pekan depan. Arus kas dari aktivitas operasi tahun 2017 tercatat positif sekitar 67 miliar rupiah dengan posisi saldo kas pada akhir tahun positif sekitar 996 miliar rupiah. Penguatan dari sisi arus kas mendorong tercapainya posisi neraca keuangan yang sehat. yni/AR-2

<http://www.koran-jakarta.com/ppro-incar--marketing-sales--rp3-8-triliun/>