

MEDIA KLIPPING

Nama Media : Indopremier.com
Judul : Kinerja Terus Membaik, Marketing Sales PPRO Melonjak 80 Persen
Tanggal terbit : Senin, 30 Juli 2018
Waktu : 16.14 WIB

Ipotnews

- PT PP

Properti Tbk (PPRO) melaporkan hingga semester pertama 2018 kinerja keuangannya tetap moncer. Pencapaian dari marketing sales hingga semester pertama tercatat Rp2,7 triliun atau melonjak 80 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Direktur Utama PPRO, Taufik Hidayat, mengatakan perbaikan kinerja marketing sales ini salah satunya ditunjang oleh keberhasilan menggaet investor dari Dubai ke Surabaya beberapa pekan lalu.

Secara rinci kinerja keuangan PPRO disokong dari residensial sekitar 90 persen dan proyek komersial (hospitality dan shopping mall) sekitar 10 persen. Proyek-proyek residensial antara lain Grand Kamala Lagoon, Grand Sungkono Lagoon, Grand Shamaya, Grand Dharmahusada Lagoon, Ayoma, Amarta View, Begawan. Sedangkan commercial di antaranya Park Hotel Jakarta, Park Hotel Bandung, Swissbel Hotel Balikpapan, Kaza City dan Mall Lave GKL.

"Kami berharap pada semester II-2018 akan menerima pembayaran atas transaksi Bulk Sell yang muncul di semester I-2018 dengan perkiraan nilai Rp756 miliar. Ditambah dengan sisa dana dari hasil penerbitan obligasi kemarin," ujar Taufik, dalam keterangan yang dirilis di Jakarta, Senin (30/7).

Selain marketing sales yang membaik, indikator perbaikan kinerja PPRO juga ditunjukkan dari perolehan laba bersih sebesar Rp188 miliar. Jumlah ini tumbuh 15 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp163 Miliar. Sementara rasio utang berbunga terhadap ekuitas (DER) pada posisi Juni 2018 adalah 0,75 kali dengan current ratio 2,69 kali dan peningkatan sebesar 32 persen di total aset dari Rp10,71 triliun pada semester I-2017 menjadi Rp14,19 triliun. Posisi ini menunjukkan tingkat leverage perseroan yang sangat terkendali. Taufik mengatakan, tahun ini perseroan hanya menyiapkan belanja modal Rp1,8 triliun, sekitar 75 persen akan digunakan untuk pembayaran cicilan lahan perseroan dan sisanya untuk pengembangan hotel dan mal, juga setoran modal anak usaha. Sampai Juni 2018 sudah terserap sekitar 40 persen dari total belanja modal tahun ini.

"Sebagian besar belanja modal kami prioritaskan membayar cicilan landbank, walaupun ada utang sifatnya hanya untuk refinancing. Dengan begitu rasio keuangan akan terkendali di mana utang berbunga akan diminimalisir," tutur Taufik.

Tahun ini, menurut Taufik, PPRO menargetkan top line marketing sales mencapai Rp3,8 triliun, sedangkan untuk bottom line ditargetkan berkisar Rp 510 miliar hingga Rp530 miliar. Pihaknya berkomitmen untuk terus melanjutkan tren positif ini sehingga ke depan kinerja PPRO terus meningkat lebih baik.

"Kami optimistis dengan target itu, rencana semester II-2018, kami akan merilis beberapa produk baru, di antaranya apartemen di kawasan Kertajati, Entrance Suramadu, tower baru Grand Kamala Lagoon dan Grand Sungkono Lagoon," ucap Taufik. (Marjudin/ef)

https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?id=Kinerja%20Terus%20Membaik,%20Marketing%20Sales%20PPRO%20Melonjak%2080%20Persen%20&news_id=93417&group_news=IPOTNEWS