

MEDIA KLIPPING

Nama Media : Industry.co.id
Judul : Per Juni 2018, Marketing Sales PP Properti Tumbuh 80%
Tanggal terbit : Senin, 30 Juli 2018
Waktu : 16.14 WIB

INDUSTRY.co.id - Jakarta – Kinerja keuangan PT PP Properti Tbk (PPRO) sepanjang Januari-Juni 2018 terus-menerus meningkat dan tetap sehat. Seiring dengan datangnya kepercayaan investor asing asal Dubai ke Surabaya beberapa waktu lalu, marketing sales PPRO turut terangkat.

“Sepanjang paruh pertama tahun ini, marketing sales PPRO tercatat sebesar Rp2,7 triliun. Itu lebih tinggi 80% dibandingkan dengan realisasi marketing sales per Juni 2017 sekitar Rp1,5 triliun,” ujar Taufik Hidayat, Direktur Utama PPRO, di Jakarta, Senin (30/07/2018).

Taufik menjelaskan, sekitar 90% dari total nilai marketing sales per Juni 2018 tersebut dikontibusikan oleh produk-produk properti residential dan sisanya disumbangkan oleh shopping mall.

“Proyek-proyek residential yang dimaksud adalah Grand Kamala Lagoon, Grand Sungkono Lagoon, Grand Shamaya, Grand Dharmahusada Lagoon, Ayoma, Amarta View, Begawan. Adapun produk-produk properti komersial adalah Park Hotel Jakarta, Park Hotel Bandung, Swissbel Hotel Balikpapan, Kaza City dan Mall Lave GKL,” papar Taufik.

Taufik menuturkan, perseroan dalam enam bulan pertama 2018 telah mencatatkan laba bersih sebesar Rp188 miliar, atau tumbuh 15% dibandingkan di periode yang sama pada 2017 sebesar Rp163 miliar.

Sementara itu, demikian Taufik, arus kas masih tetap kuat, sehingga hal itu membuat posisi neraca keuangan tetap sehat. Per Juni 2018, rasio utang terhadap ekuitas (Debt to Equity Ratio/DER) perseroan tercatat sebesar 0,75 kali dengan current ratio 2,69 kali.

Taufik menjelaskan, total aset perseroan hingga 30 Juni 2018 tercatat sebesar Rp14,19 triliun dibandingkan hingga 30 Juni 2017 sebesar Rp10,71 triliun. Posisi tersebut menunjukkan tingkat leverage perseroan yang sangat terkenal.

“Pada semester kedua tahun ini, kami berharap akan menerima pembayaran atas transaksi Bulk Sell yang terjadi pada semester pertama 2018 bernilai Rp756 miliar. Ditambah dengan sisa dana dari hasil penerbitan obligasi, kami yakin dapat memenuhi komitmen kepada konsumen dan pemegang saham untuk menghasilkan progress produksi yang luar biasa dari landbank maupun proyek yang ada,” ungkap Taufik.

Seperti diketahui, PPRO tahun ini hanya menyeiakan belanja modal Rp 1.8 triliun. Sekitar 75% diantaranya akan digunakan untuk membayar cicilan lahan Perseroan dan sisanya untuk membiayai pengembangan hotel dan mall serta setoran modal anak usaha.

“Hingga akhir Juni 2018, perseroan telah merealisasikan sekitar 40% dari anggaran belanja modal tahun ini. Sebagian besar belanja modal itu diprioritaskan untuk membayar cicilan Landbank. Jika ada hutang sifatnya hanya untuk refinancing. Dengan demikian, rasio keuangan akan terkendali dimana hutang berbunga akan dapat dikurangi,” lanjut Taufik.

Taufik mengemukakan, marketing sales PPRO pada tahun ini ditargetkan sebesar Rp3,8 triliun dengan target laba bersih antara Rp510-530 miliar. Manajemen perseroan sangat optimistis dengan target tersebut.

“Pada semester II-2018, kami berencana meluncurkan beberapa produk baru, yaitu apartemen di kawasan Kertajati, Entrance Suramadu, tower baru Grand Kamala Lagoon dan Grand Sungkono Lagoon,” pungkas Taufik. (Aaham Sihombing)

<http://www.industry.co.id/read/39152/per-juni-2018-marketing-sales-pp-properti-tumbuh-80>