



Siaran Pers

Fundamental Bisnis Makin Solid, Penjualan dan Pendapatan Usaha APLN Naik 154% Menjadi Rp7,39 triliun

Jakarta, 31 Oktober 2022

PT Agung Podomoro Land Tbk ("APLN" atau "Perseroan") berhasil mencatatkan Penjualan dan Pendapatan Usaha sebesar Rp7,39 triliun untuk periode yang berakhir pada 30 September 2022. Pencapaian tersebut meningkat 154,2% dibandingkan periode sama tahun 2021 sebesar Rp2,91 triliun. Laba Kotor Perseroan juga melonjak 332,8% menjadi Rp4,39 triliun dibandingkan periode sama tahun lalu sebesar Rp1,01 triliun. Sementara Laba Bersih Komprehensif dalam periode sembilan bulan tahun 2022 melesat hingga 826,1% menjadi Rp2,57 triliun dari Rugi Komprehensif sebesar Rp354,1 miliar pada periode yang sama tahun lalu.

Corporate Secretary PT Agung Podomoro Land Tbk Justini Omas menjelaskan, salah satu faktor yang mendorong kinerja Perseroan pada periode sembilan bulan tahun 2022 adalah kerjasama strategis antara APLN dengan Hankyu Hanshin Properties Corp ("HHP") dalam pengelolaan Central Park Mall ("CP Mall") melalui CPM Assets Indonesia ("CPM"). HHP melalui CPM Assets Japan LLC telah mengakuisisi CPM dan kini memegang 71,42% saham CPM sementara APLN sendiri masih menguasai 28,58% saham CPM.

"Pengakuan penjualan naik 188,3% menjadi sebesar Rp6,32 triliun, dari Rp2,19 triliun di periode yang sama tahun lalu, diantaranya berasal dari penjualan 85% aset CP Mall kepada CPM. Kami bersyukur strategi bisnis yang dijalankan oleh Perseroan berjalan dengan sangat baik dan memberikan hasil yang optimal, sehingga kinerja bisnis APLN semakin solid," jelas Justini Omas melalui keterangan resmi di Jakarta, (31/10)

Justini menambahkan, terjaganya pertumbuhan bisnis perhotelan dan pusat perbelanjaan selama sembilan bulan tahun 2022 telah mendorong pendapatan berulang dari kedua segmen bisnis itu naik 49,5% menjadi Rp1,07 triliun, dibandingkan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp713,4 miliar. Hingga saat ini, APLN masih memiliki dan mengelola sejumlah pusat perbelanjaan premium di Jakarta dan berbagai kota besar di Indonesia, diantaranya: Kuningan City, Senayan City, Baywalk, Emporium Pluit, Festival CityLink Bandung, Deli Park Medan, dan Plaza Balikpapan. Sementara hotel yang dimiliki Perseroan diantaranya Pullman Ciawi Vimala Hills, Pullman dan Ibis Styles Bandung Grand Central, Harris dan Pop! Festival CityLink Bandung, Indigo Bali Seminyak, Amaris Thamrin City, dan 101 Urban Jakarta Kelapa Gading.

"Kami berusaha mengoptimalkan dan memanfaatkan situasi pemulihan ekonomi Indonesia dan pelonggaran aktivitas masyarakat agar pendapatan berulang terus tumbuh positif. Apalagi kita akan segera memasuki akhir tahun yang menjadi magnet bagi bisnis pusat perbelanjaan dan hotel karena masyarakat dominan untuk liburan dan belanja," tambah Justini.

Sejalan dengan kinerja positif bisnis perhotelan dan pusat perbelanjaan, kontribusi proyek-proyek properti APLN juga meningkat pesat. Hingga September 2022, Perseroan telah membukukan penjualan pemasaran (*marketing sales*) di luar PPN sebesar Rp1,58 triliun, naik 17,9% dibandingkan periode sama tahun 2021 sebesar Rp1,34 triliun. Kontribusi terhadap marketing sales tersebut utamanya diperoleh dari berbagai proyek APLN yang tersebar di Jakarta dan berbagai kota di Indonesia, antara lain Podomoro Park Bandung, Podomoro City Deli Medan, Bukit Podomoro Jakarta, Pakubuwono Spring, Podomoro Golf View, dan Kota Podomoro Tenjo.

“Berbagai inisiatif yang dilakukan APLN untuk terus membangkitkan sektor properti pasca pandemi COVID-19 terbukti memberikan hasil yang luar biasa. Kami akan terus membangun dan mengembangkan proyek-proyek properti untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus membesar, seiring dengan bertambahnya populasi,” ujar Justini.

Untuk menghadapi situasi bisnis yang semakin dinamis, Justini melanjutkan, APLN juga akan terus mendorong efisiensi operasional. Salah satu langkah penting yang sudah dilakukan adalah melakukan pelunasan pinjaman senilai SGD 172,8 juta dari Guthrie Venture Pte Ltd. “Berkurangnya utang tentunya memangkas biaya dan mendorong efisiensi operasional Perseroan. Komitmen kami adalah terus disiplin dan berhati-hati dalam mengeksekusi setiap rencana bisnis, sehingga keberlangsungan Perseroan akan terjaga,” tutup Justini.

Tentang PT Agung Podomoro Land Tbk.

PT Agung Podomoro Land Tbk, memiliki 40 (empat puluh) entitas anak, 13 (tiga belas) entitas dengan kepemilikan tidak langsung melalui entitas anak, serta 3 (tiga) entitas asosiasi di bidang properti di Jakarta, Bogor, Karawang, Bandung, Bali, Balikpapan, Batam, Makassar, dan Medan. Berbekal lebih dari 50 tahun pengalaman sebagai bagian dari Agung Podomoro Grup, Agung Podomoro Land mempunyai landasan yang kuat untuk menjadi pengembang terdepan dalam menggarap pasar properti di Indonesia.

Dalam 10 (sepuluh) tahun terakhir, Agung Podomoro Land telah menyelesaikan lebih dari 50 proyek properti, mayoritas ditujukan kepada segmen masyarakat kelas menengah, dengan kisaran proyek mulai dari *low cost apartment* hingga *high end apartment* di bilangan Jakarta Selatan, *high end* dan *neighbourhood mall, shop houses*, hotel dan *office tower*.

Dengan motto untuk menjadi bagian dari masa depan para pemangku kepentingan, dan memberikan gaya hidup yang harmonis, Agung Podomoro Land berkeyakinan akan dapat terus berkembang pesat di Indonesia ini, dimana pengetahuan lokal bertemu standar internasional.

Untuk keterangan lebih lanjut, silahkan menghubungi:

F. Justini Omas

Corporate Secretary

Tel: 62-21-290 34567

Mobile: 62 812 8888279

Fax: 62-21-290 34556

E-mail: justini@agungpodomoroland.com

Wibisono

Investor Relations

Tel: 62-21-290 34567

Mobile: 62 855 1000535

Fax: 62-21-290 34556

E-mail : wibisono@agungpodomoroland.com

Website : www.agungpodomoroland.com

Disclaimer

Informasi yang disajikan dalam Siaran Pers ini mengandung informasi keuangan dan hasil operasi yang mungkin berisi pernyataan berwawasan ke depan yang didasarkan pada keyakinan saat ini, asumsi dan harapan dan dapat berdampak pada resiko dan ketidakpastian yang signifikan. Jika satu atau lebih dari risiko atau ketidakpastian terjadi, atau asumsi yang digunakan tidak sesuai, hasil pencapaian dapat berbeda secara material dari yang diindikasikan.