

Sepanjang Tahun 2022, Modernland Realty Bukukan Pendapatan Rp1,10 Triliun



Jajaran direksi dan komisaris Modernland Realty Dirut William Honoris (keenam kiri), Komisaris Utama Luntungan Honoris (kelima kiri), Herman (ketujuh kiri), Direktur Dharma Mitra (kedelapan kiri), Direktur David Iman Santosa (paling kanan) dan segenap jajaran dewan komisaris lainnya saat RUPST.

Perseroan membukukan penjualan pemasaran Rp861 miliar pada tahun 2022, dimana segmen residensial memberikan kontribusi terbesar yaitu 60% dari total penjualan diikuti oleh segmen industrial sebesar 22% dan sisanya merupakan pendapatan dari segmen hospitality.

JAKARTA (IM) - Sepanjang tahun 2022, PT Modernland Realty Tbk. membukukan pendapatan sebesar Rp1,10 triliun, menurun 45,29% dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp2,01 triliun. "Penurunan pendapatan dikarenakan pada tahun 2021 adanya pengakuan pendapatan dari transaksi divestasi saham PT Astra Modern Land sebesar Rp1,00 triliun," kata Herman, Direktur PT Modernland Realty Tbk. mengungkapkan kinerja keuangan Perseroan dalam RUPST, di Club House Jakarta Garden City, Jakarta Timur, Jumat

(19/5). RUPST dihadiri oleh segenap jajaran dewan komisaris, dewan direksi dan notaris Perseroan. Lebih lanjut Herman mengungkapkan, dari sisi pendapatan, sepanjang tahun 2022, Perseroan membukukan sebesar Rp1,10 triliun, menurun 45,29% dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp2,01 triliun. Menurut Herman, penurunan pendapatan dikarenakan pada tahun 2021 adanya pengakuan pendapatan dari transaksi divestasi saham PT Astra Modern Land sebesar Rp1,00 triliun.

Sedangkan beban pokok pendapatan pada tahun 2022 mengalami penurunan 18,32%, menjadi Rp535,87 miliar dari sebelumnya Rp656,04 miliar. Hal ini disebabkan oleh adanya pengakuan pendapatan dari transaksi divestasi PT Astra Modern Land sebesar Rp1,00 triliun di tahun 2021. Untuk laba bruto yang dibukukan Perseroan di tahun 2022 mencapai sebesar Rp562,99 miliar, menurun Rp789,62 miliar atau 58,38% dibandingkan tahun sebelumnya Rp1,35 triliun. Menurunnya laba bruto seiring dengan penurunan pendapatan Perseroan. Laba usaha Perseroan di tahun 2022 tercatat sebesar Rp297,37 miliar, jumlah tersebut lebih rendah 35,12% dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai Rp458,36 miliar. Hal ini seiring dengan penurunan pendapatan Perseroan. Hingga akhir tahun 2022, laba bersih Perseroan tahun berjalan mengalami pening-

katan sebesar 148,03%, menjadi Rp20,17 miliar dari sebelumnya rugi bersih Rp41,99 miliar pada tahun 2021. Peningkatan tersebut dikontribusi oleh turunnya beban keuangan Perseroan akibat dari selesainya proses restrukturisasi utang obligasi USD pada akhir tahun 2021, serta adanya pengakuan pendapatan dari penebusan utang obligasi USD. Pada kesempatan yang sama David Iman Santosa, Direktur PT Modernland Realty Tbk. mengungkapkan Perseroan membukukan penjualan pemasaran Rp861 miliar pada tahun 2022, dimana segmen residensial memberikan kontribusi terbesar yaitu 60% dari total penjualan diikuti oleh segmen industrial sebesar 22% dan sisanya merupakan pendapatan dari segmen hospitality. Segmen residensial membukukan *marketing sales* Rp520 miliar, turun sebesar 14% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu Rp602 miliar.

Kontribusi penjualan terbesar berasal dari proyek Jakarta Garden City melalui peluncuran extension cluster Mahakam The Signature dan The Essence @Yarra, yang diikuti oleh peluncuran ruko Modern Hub di Kota Modern. Pada segmen industrial, Perseroan membukukan *marketing sales* Rp190 miliar di tahun 2022, naik 58% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp121 miliar. Terlepas dari ketidakpastian makro ekonomi dan situasi geopolitik, Perseroan berharap segmen industrial dapat mengalami pertumbuhan terutama untuk jangka kebutuhan akan permintaan lahan logistik yang sedang tumbuh. Sementara itu, segmen hospitality dan segmen lainnya membukukan *marketing sales* sebesar Rp150 miliar, turun 4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu Rp156 miliar. • kris

Jurus BRI Tingkatkan Kapabilitas Talenta Digital

JAKARTA (IM) - Direktur Digital dan Teknologi Informasi BRI Arga M. Nugraha menyampaikan BRI terus meningkatkan kapabilitas talenta digital melalui digital talent management. Setidaknya ada empat kerangka yang dioptimalisasi dalam inisiatif ini.

Inisiatif tersebut mulai dari Digital Talent Acquisition yakni membangun *framework* rekrutmen dengan memperkuat proses seleksi untuk memastikan standar kompetensi teknis.

Kemudian ada Digital Talent Development yakni membangun standar kompetensi di IT dan membangun kurikulum untuk beberapa digital roles dengan menyediakan platform pembelajaran digital yang mendukung *new way of learning*.

Selanjutnya adalah digital talent strategy, yaitu memantapkan perencanaan talenta digital dan mengadopsi *digital culture* secara berkelanjutan dengan mengembangkan platform kolaborasi yang terintegrasi.

Terakhir, *digital talent branding* yaitu mengembangkan *employee value proposition* untuk menarik talenta digital terbaik turut serta bergabung dan berkontribusi.

Arga menyebutkan masing-masing bidang akan dikembangkan secara berkelanjutan melalui program pembelajaran.

"Spesifik untuk talenta digital di bidang *cyber security*, BRI terus melakukan improvisasi untuk memperkuat kompetensi di bidang ini melalui penetapan kurikulum teknis untuk *roles cyber security specialist* dan *DevSecOps specialist*, menyediakan program pembelajaran yang berkelanjutan dan menyiapkan *career framework* untuk *roles* tersebut," kata Arga dalam keterangan tertulis, Jumat (19/5).

Tak hanya melalui program tersebut, Arga menekankan pengetahuan digitalisasi pada dasarnya sudah ditanamkan kepada seluruh pekerja. Hal itu didukung dengan kenyataan bahwa sebanyak kurang lebih 95% pekerja BRI merupakan generasi milenial. Berdasarkan riset, generasi ini mudah dalam menerima digitalisasi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari.

Arga mencontohkan di Direktorat Digital dan Teknologi Informasi yang ia pimpin kini telah mengerjakan sekitar 1.500 Insan BRILiAN (Pekerja BRI) di luar sumberdaya dari pihak ketiga.

Jumlah tersebut cenderung meningkat seiring dengan kebutuhan nasabah yang semakin tinggi. Pihaknya pun terus bekerja sama dengan Human Capital (HC) dalam menerapkan *manpower planning*.

"Saya bisa katakan bahwa saat ini seluruh talenta BRI adalah talenta digital. Ini adalah buah dari bagaimana kami menanamkan digital mindset kepada seluruh pekerja kami, para Insan BRILiAN, dalam berkarya bagi nasabah setia kami. Tidak bisa tidak, DNA digital ini harus dimiliki para Insan BRILiAN karena detik ini tidak ada satupun layanan perbankan kami yang tidak di-deliver digital dalam berbagai bentuk dan sarannya," katanya.

Selanjutnya, biaya tenaga kerja akan disesuaikan dengan kecenderungan pergerakan kebutuhan tersebut. Dalam praktiknya, Arga membutuhkan peran-peran yang kritis dan specialized untuk membantu melanjutkan transformasi digital di BRI seperti *cyber security specialist*, *blockchain specialist*, *cloud engineer*, dan data specialist. • dro

Labanya PertaLife Insurance Mencapai Rp72,49 Miliar

JAKARTA (IM) - PT PertaLife Insurance (PertaLife Insurance) meraih kenaikan laba pada 2022 hingga 48%. Laba PertaLife tercatat Rp72,49 miliar pada tahun sebelumnya.

Direktur Keuangan dan Investasi PertaLife Insurance Yuzran Bustamar menyebutkan, perolehan laba itu ditopang oleh pertumbuhan pendapatan dari perusahaan. Misalnya, pertumbuhan pendapatan premi sebesar 40,39% hingga pendapatan *underwriting* yang tumbuh 40,37%.

Sementara itu, pendapatan investasi juga tumbuh sebesar 60,13% dan imbal jasa dana pensiun lembaga keuangan tumbuh sebesar 11,7%.

"PertaLife Insurance telah menjalankan beberapa inisiatif untuk merealisasikan program transformasi berkelanjutan. Mulai dari penyesuaian kebijakan produk, penyelesaian portofolio yang bermasalah, dan percepatan likuiditas piutang perusahaan," kata Yuzran di Jakarta Pusat, Jumat (19/5).

Direktur Pemasaran PertaLife Insurance Haris Anwar menjelaskan pertumbuhan pendapatan premi menjadi pendorong utama laba naik. Sejuah ini, pendapatan premi didapatkan dari produk asuransi *captive* dan *non captive*. Kenaikan pendapatan premi meningkat 40,39% menjadi sekitar Rp686,52 miliar sepanjang tahun 2022.

"Pendapatan premi kita meningkat menjadi Rp686,15 miliar. Itu didapatkan dari produk *market captive* dan *non captive*. Kenaikannya signifikan 40,39% dari 2021," ujar Haris.

Sementara itu, untuk pendapatan dari hasil *underwriting* Rp73,32 miliar, pendapatan investasi Rp99,97 miliar, dan imbal jasa dana pensiun lembaga keuangan Rp20,96 miliar.

PertaLife Insurance sendiri adalah wajah baru dari PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri. Perusahaan ini dimiliki oleh tiga pihak, pertama Dana Pensiun Pertamina sebesar 71,39%, PT Timah sebesar 27,83%, dan Kementerian Keuangan sebesar 0,78%. • pan

FOTO/ANTARA



PELUNCURAN SERIES A+

Sutradara Fajar Bustomi (kanan), Penulis series A+ Amanda Putri (kiri) bersama (dari kiri) Pemeran series A+ Aliando Syarif, Rey Bong, Ziva Magnolya, Antonio Blanco Jr, Nurra Datau, berfoto bersama saat peluncuran serial A+ di Jakarta, Jumat (19/5). Falcon Pictures memproduksi series berjudul A+ yang diadaptasi dari cerita Wattpad tentang lima murid pintar yang melawan sebuah sistem pendidikan yang rusak dan manipulatif karya Ananda Putri, yang akan tayang pada 25 Mei 2023 di layanan streaming video global Prime Video.



Astindo Targetkan Transaksi Rp10 Miliar pada #DIATF 2023

JAKARTA (IM) - Asosiasi Travel Agent Indonesia (Astindo) menargetkan bisa meraih transaksi Rp10 miliar di ajang #DiIndonesiaAja Travel Fair 2023 (#DIATF 2023) yang digagas Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi (Kemko Marves) pada 19-21 Mei 2023. "Target transaksinya Rp10 miliar untuk tiga hari, karena arahan dari bank, lebih baik target kecil tapi bisa over target (melebihi target) daripada target tinggi tapi tidak tercapai," kata Ketua Umum Astindo Pauline Suharno dalam pembukaannya #DIATF 2023 di Jakarta, seperti dikutip Antara, Jumat (19/5).

Dalam pameran pariwisata yang fokus pada destinasi domestik itu, ada 16 agen perjalanan, empat perusahaan transportasi, dua grup hotel, lima bank BUMN dan swasta serta tujuh maskapai yang turut serta memberikan penawaran dan promo pariwisata menarik. "Kami ingin sustain, bukan buat gaya-gayaan tapi kami ingin ini bisa berjalan setahun dua kali atau setahun sekali paling tidak," katanya.

Pauline mengatakan selain untuk mendukung Gerakan Nasional Bangsa Berwisata #DiIndonesiaAja (BBWI), kegiatan pameran itu merupakan langkah konkret untuk bisa menggerakkan masyarakat untuk bepergian di dalam negeri.

"Kegiatan ini juga memberi dampak positif bagi para pengusaha lokal, terutama travel agent konvensional yang sempat terdampak selama pandemi," katanya.

Dalam kesempatan yang sama, Wakil Menteri Pari-

wisata dan Ekonomi Kreatif (Wamenparekraf) Angela Tanoesoedibjo mengajak masyarakat untuk hadir dan membeli paket wisata di pameran tersebut.

"Kami bangga dengan #DIATF 2023, ini tiga hari ke depan akan banyak promo-promo menarik. Kalau ingin berwisata dan membeli paket event bisa beli di sini," katanya.

Menurut Angela, tahun 2023 ini pemerintah punya target yang cukup tinggi, yaitu 1,4 miliar pergerakan wisatawan nusantara dan 8,5 juta kunjungan wisatawan mancanegara.

"Kita berharap travel fair seperti ini, di mana kita support produk-produk wisata dalam negeri ini bisa mengambil momentum. Sekarang kondisi pandemi juga sudah jauh membaik. Kita juga melihat ada demand travelers untuk terus berwisata. Kemarin juga mudik adalah yang tertinggi dalam sejarah. Kami melihat ini momentum yang pas untuk kita mempromosikan Indonesia kepada masyarakat," katanya.

Guna mendukung implementasi program Bangsa Berwisata di Indonesia (BBWI), Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi (Kemko Marves) menginisiasi pameran pariwisata #DiIndonesiaAja Travel Fair 2023 (#DIATF 2023).

Kegiatan itu juga dilakukan untuk mendukung pencapaian target 1,2-1,4 miliar perjalanan wisata dalam negeri pada tahun 2023 ini. #DIATF 2023 digelar 19-21 Mei 2023 di Grand Atrium Mal Kota Kasablanka, Tebet, Jakarta Selatan. • dot

CIMB Niaga Optimis Xtra Xpo 2023 Tingkatkan CASA

JAKARTA (IM) - PT Bank CIMB Niaga Tbk (BNGA) optimis Xtra Xpo 2023 yang ditargetkan mendatangkan hingga 50 ribu kunjungan dapat meningkatkan rasio Current Account Saving Account (CASA) CIMB Niaga.

"Dengan acara ini, *awareness* nasabah terhadap CIMB Niaga diharapkan dapat meningkat, loyalitas nasabah bertambah, sehingga tingkat kepercayaan nasabah untuk menyimpan uangnya di CIMB Niaga juga akan baik," kata Presiden Direktur CIMB Niaga Lani Darmawan usai Pembukaan Xtra Xpo, di Senayan City, Jakarta, Jumat (19/5).

Dikutip dari Antara, Xtra Xpo diselenggarakan oleh CIMB Niaga sejak 2016 sebagai ajang menukarkan Xtra Poin dengan voucher belanja, agar nasabah bisa membeli kebutuhan dengan harga lebih murah.

CIMB Niaga juga optimis Xtra Xpo 2023 dapat meningkatkan transaksi nasabah dengan menggunakan kartu debit, kartu kredit, maupun dengan aplikasi OCTO Mobile yang juga dapat menampilkan jumlah poin dari tiap nasabah.

Adapun sampai 31 Maret

2023, CIMB Niaga mencatat rasio CASA mencapai 61,2 persen dengan total dana pihak ketiga (DPK) senilai Rp240,1 triliun.

Jumlah kredit juga 10,1 persen secara tahunan menjadi Rp201,1 triliun, didukung pertumbuhan bisnis Corporate Banking yang tumbuh 16,2 persen secara tahunan dan Consumer Banking yang tumbuh 9,4 persen secara tahunan.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) juga tumbuh 5,5 persen secara tahunan, sementara Kredit Pemilikan Mobil (KPM) meningkat sebesar 20,6 persen antara lain disumbang oleh kredit yang disalurkan PT CIMB Niaga Auto Finance (CNAF).

CIMB Niaga juga mencatat laba sebelum pajak konsolidasian (unaudited) mencapai Rp2 triliun atau naik 29,5 persen secara tahunan.

Indikator profitabilitas utama CIMB Niaga yaitu return on equity (ROE) meningkat menjadi 15,1 persen, sementara permodalan dan likuiditas dijaga tetap solid sebagaimana tampak dari capital adequacy ratio (CAR) dan loan to deposit ratio (LDR) masing-masing sebesar 21,3 persen dan 82,2 persen. • hen