



Media Title	Kontan	
Date	1 September 2014	Color
Section	News	Circulation
Page No	13	Article Size
Journalist	Putri Werdaningsih	Advalue
Frequency	Daily	PR Value

■ STRATEGI PT WASKITA KARYA TBK

Waskita Karya Investasi Proyek Jalan Tol dan Properti

JAKARTA. Strategi perusahaan mengulik *cuan* memang beragam. Seperti yang dilakukan PT Waskita Karya Tbk. Waskita memilih mengembangkan bisnis ke sektor properti dan jalan tol. Namun, alih-alih mengincar pendapatan berulang alias *recurring income*, Waskita menempatkan kedua bisnisnya anyarnya sebagai porotofolio investasi.

Waskita membidik dua sumber pendapatan sekaligus. "Kami investasi jalan tol dan *realty* dengan pemikiran bisa mengerjakan pekerjaan konstruksi dan pendapatan konstruksi bisa naik," kata Tunggal Rajagukguk, Direktur Keuangan Waskita Karya kepada KONTAN belum lama ini.

Lebih jelasnya strategi Waskita begini. *Pertama*, bisnis jalan tol. Waskita mengincar menjadi pemegang konsesi proyek jalan tol. Dengan begitu, perusahaan itu mengantongi *right to match* atau hak mengubah penawaran kepada penawar terbaik untuk mengerjakan proyek. Setelah proyek rampung, dan mendapatkan margin atas berjalannya proyek, Waskita lantas menjual proyek tersebut.

Pada paruh kedua tahun ini, emiten berkode WSKT di Bursa Efek Indonesia itu berencana mempraktikkan strategi itu pada proyek tol Depok-Antasari. Perkiraan, penjualan 12,6% konsesi tol Depok-Antasari bisa mendatangkan pen-

dapatan Rp 60 miliar hingga Rp 70 miliar.

Tunggal bilang, "Kami sedang menawarkan ke internal konsorsium dulu." Sayangnya, dia tak mau membeberkan, siapa yang berminat. Sebagai informasi, Waskita menggarap tol tersebut bersama tiga rekan bisnis yakni PT Citra Marga Nusaphala Persada (CMNP), PT Pembangunan Perumahan (PTPP), dan PT Utama Karya.

Strategi *kedua*, bisnis properti. Waskita membeli banyak lahan agar mendapat kesempatan menjadi kontraktor. Tak berbeda jauh dengan strategi bisnis jalan tol, ketika proyek properti selesai, Waskita lantas menjualnya.

Perusahaan pelat merah ini mengaku sudah menerapkan strategi investasi itu pada aset tanah di Alam Sutera, Banten seluas, 10.000 meter persegi (m²). Di atas lahan tersebut, Waskita menggandeng PT Trinity sebagai mitra bisnis, membangun apartemen, *small office home office* (SOHO) dan perkantoran.

Waskita menargetkan proyek senilai Rp 629 miliar itu sudah bisa dipasarkan semester II-2014. "Sekitar tiga tahun lagi, kami memprediksi bisa mengantongi 51% dari hasil penjualan proyek properti itu, yaitu sekitar Rp 556 miliar," beber Tunggal.

Rancangan Waskita, penjualan proyek investasinya me-

ng pada pada dua hingga tiga tahun setelah proyek dibangun. Dalam hitungan Waskita, dari mengerjakan proyek, mereka bisa menikmati untung kotor sekitar 10%. Sementara dari penjualan proyek, perusahaan itu bisa mencuil untung sekitar 17% dari sektor jalan tol dan 20% dari sektor properti.

Strategi seperti itu menuntut modal besar di awal. Namun, "Modal kami masih cukup besar, yakni Rp 2,3 triliun," beber Tunggal. Waskita berencana memperbesar kasnya itu dengan menerbitkan obligasi. Perusahaan itu mengincar dana Rp 2 triliun.

Putri Werdaningsih