

# **ANALISIS *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN: STUDI KASUS PADA PT FORE KOPI INDONESIA, TBK**

Indah Maha Sari<sup>1</sup>; Risy Riski<sup>2</sup>; Adinda Putri Utami<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Tuah Negeri, Dumai, Riau  
Jln. Bintan No.48, Sukajadi, Kota Dumai, Riau  
E-mail : [indahmahasari8@gmail.com](mailto:indahmahasari8@gmail.com) (Koresponding)

Submit: 12 Maret 2026

Review: 12 Maret 2026

Publish: 26 Maret 2026

\*) Korespondensi

**Abstract:** This study aims to analyze the impact of an *Initial Public Offering* (IPO) on corporate profitability, focusing on PT Fore Kopi Indonesia Tbk. The research employs a descriptive quantitative approach using secondary data obtained from the company's audited annual financial statements for the 2024–2025 period. The analysis was conducted by comparing profitability ratios before and after the IPO, including the *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), and *Return on Equity* (ROE). The results indicate that following the IPO, PT Fore Kopi Indonesia Tbk experienced an improvement in profitability performance, as reflected in the increase of GPM from 61.12% to 61.73% and NPM from 5.61% to 6.02%. These improvements demonstrate the company's enhanced operational efficiency and ability to generate higher profits. However, ROA declined from 9.09% to 7.77%, while ROE decreased from 23.00% to 13.24%. The decline in these ratios was primarily caused by the significant increase in assets and shareholders' equity resulting from the IPO proceeds, which were allocated to business expansion activities. Consequently, the benefits of these investments have not yet been fully reflected in the returns generated from assets and equity. Overall, the IPO had a positive impact on the company's revenue growth, net income, and capital structure. The findings suggest that the IPO proceeds were utilized effectively to support business expansion and strengthen the company's competitive position, although challenges remain in optimizing asset and equity productivity during the post-IPO period.

**Keywords:** *Initial Public Offering (IPO), Profitability, Gross Profit Margin, Net Profit Margin,*

Pasar modal berperan sebagai fasilitator yang mempertemukan pihak yang memiliki kelebihan dana, dengan pihak yang membutuhkan dana (Miranti, 2024). *Initial Public Offering* (IPO), merupakan tahapan transisi perusahaan, dari perusahaan privat menjadi perusahaan terbuka (Sobandi dkk., 2024). Melalui *Initial Public Offering* (IPO), perusahaan memiliki wewenang untuk memperdagangkan saham perusahaan kepada investor secara langsung atau melalui *broker*, untuk mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal, guna mempercepat pertumbuhan perusahaan (Zhang, 2023).

Bagi investor, *Initial Public Offering* (IPO) memberikan manfaat, karena investor dapat membeli saham perdana perusahaan pada harga perdana yang lebih terjangkau,

dan mendampingi perjalanan pertumbuhan perusahaan sejak tahap awal, menuju pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang (Harahap, 2020). Perusahaan yang terdaftar sebagai anggota bursa, memiliki kredibilitas yang tinggi, karena perusahaan wajib memiliki tata kelola yang baik (*good corporate governance*), mengedepankan transparansi dan kepatuhan terhadap audit keuangan. Salah satu sektor perusahaan di pasar modal yang diminati investor yaitu perusahaan pada sektor makanan dan minuman (*food and beverage*), yang menunjukkan tren positif terhadap kestabilan perekonomian nasional (Santioso, 2025).

Fore Coffee hadir merupakan perusahaan yang bergerak industri kopi ritel modern yang mengedepankan

integrasi teknologi, dan dirikan pada 8 Agustus 2018. Keunggulan Fore Coffee terletak pada ragam kreasi kopi yang diracik menggunakan biji kopi Arabika berkualitas dari para petani lokal. Selain, minuman kopi, perusahaan menyediakan berbagai pilihan menu minuman non-kopi, dan menu makanan pendamping.

Fore Coffee memanfaatkan revolusi dan integrasi ekosistem digital, dengan pemanfaatan aplikasi seluler dalam sistem pemesanan, tidak hanya mampu memangkas biaya operasional secara signifikan, tetapi juga mengoptimalkan manajemen inventaris secara *real-time* sekaligus menyajikan data perilaku konsumen yang akurat untuk mendukung strategi pemasaran yang presisi. Fore Coffee melakukan strategi perluasan skala bisnis, dengan melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI), melalui mekanisme, *Initial Public Offering* (IPO). Keputusan ini didorong oleh visi perusahaan untuk menangkap peluang besar di tengah perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin dinamis. Saat ini, kopi telah bertransformasi dari sekadar minuman harian menjadi kebutuhan gaya hidup; sebuah wadah krusial bagi interaksi sosial sekaligus tempat pelarian untuk mencari ketenangan di tengah hiruk-pikuk perkotaan (Oktoriani dkk., 2026).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK), No. 41/POJK.04/2020, proses *Initial Public Offering* (IPO) yang dilakukan Fore terbagi menjadi empat tahapan utama:

1. Tahap Persiapan Internal: proses untuk mendapatkan persetujuan rapat umum pemegang saham (RUPS), penjamin emisi efek (*underwriter*) dan akuntan publik
2. Tahap Pengajuan : proses penyerahan dokumen prospektus, guna memperoleh legalitas ke Bursa Efek Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
3. Tahap Penawaran Saham: proses *bookbuilding* untuk menentukan rentang harga hingga masa penawaran

umum (*public offering*) kepada investor lewat e-IPO;

4. Tahap Pencatatan (*Listing*): proses pendistribusian saham dan perusahaan Fore resmi melantai di Bursa Efek Indonesia, mendapatkan kode saham, dan saham perusahaan bisa diperjualbelikan kepada masyarakat luas

Setelah resmi melantai di Bursa Efek Indonesia, Fore Coffee mengubah status hukum dan namanya menjadi PT Fore Kopi Indonesia Tbk, dengan kode saham : FORE. Perusahaan menawarkan sejumlah saham baru sebesar 1,88 miliar, dengan harga perdana Rp 188/lembar saham. Fore Holdings Pte. Ltd, dan East Ventures, merupakan pemegang saham mayoritas, sebesar 78,92%, sementara sisanya 21,08% sahamnya dimiliki oleh publik. Pelaksanaan *Initial Public Offering* (IPO), berhasil menghimpun dana tambahan, yang dialokasikan untuk penambahan ratusan gerai baru dan diversifikasi produk, melalui pendirian anak perusahaan "Fore Donut", yang nantinya akan mendorong peningkatan profitabilitas yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Meskipun *Initial Public Offering* (IPO), memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan modal, keberhasilan *Initial Public Offering* (IPO) pada akhirnya akan diukur dari kinerja keuangan perusahaan, khususnya rasio profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan (Sari dkk., 2025) Bagi perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO), tingkat profitabilitas menjadi perhatian utama investor karena mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola dana hasil penawaran saham untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Berbagai penelitian terdahulu mengenai hubungan antara *Initial Public*

*Offering* (IPO), dengan rasio profitabilitas menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian terdahulu, menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan mengalami penurunan setelah melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO), diakibatkan meningkatnya biaya operasional, biaya kepatuhan sebagai perusahaan publik, serta tekanan untuk melakukan ekspansi yang massif (Adelia, 2024). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa *Initial Public Offering* (IPO), mampu meningkatkan profitabilitas, karena perusahaan memperoleh akses modal yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat pertumbuhan usaha (Kurnianto dkk., 2024). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya *research gap*, yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman (*food and beverage*), yang menjadi pilar utama pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *Initial Public Offering* (IPO) terhadap profitabilitas PT Fore Kopi Indonesia Tbk. Analisis dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas yang terdiri atas *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE).

## METODE

Penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif deksriptif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena keuangan secara sistematis berdasarkan data numerik yang terukur dan objektif (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data berupa data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi terhadap laporan keuangan tahunan (*annual report*) PT Fore Kopi Indonesia Tbk, yang telah diaudit, tahun 2024-2025, diakses secara resmi melalui situs web resmi perusahaan ([www.fore.coffee.co.id](http://www.fore.coffee.co.id))

Teknik analisis pada penelitian ini, menggunakan rasio profitabilitas perusahaan

sebelum *Initial Public Offering* pada tahun 2024 dan sesudah *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2025. Menurut Kasmir (2021), rasio profitabilitas yang digunakan meliputi :

*Gross Profit Margin* (GPM), merupakan indikator untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba kotor atas penjualan.

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

*Net Profit Margin* (NPM), merupakan indikator untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas penjualan.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

*Return on Asset* (ROA), merupakan indikator untuk mengukur efektivitas perusahaan menghasilkan laba bersih atas total asset yang dimiliki perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

*Return on Equity* (ROE), merupakan indikator untuk mengukur efektivitas perusahaan menghasilkan laba bersih atas total asset yang dimiliki perusahaan

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

## HASIL

### *Gross Profit Margin* (GPM)

Hasil perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) pada PT. Fore Kopi Indonesia, Tbk tahun 2024-2025 disajikan sebagai berikut :

**Tabel 1 Perhitungan *Gross Profit Margin***

Tahun	Laba Kotor	Penjualan	GPM
2024	634.902.547.343	1.038.659.233.501	61,12 %
2025	924.319.473.725	1.497.134.772.364	61,73 %

Nilai *Gross Profit Margin* (GPM) sebelum *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2024, sebesar 61,12%. Setelah dilaksanakannya *Initial Public Offering* (IPO), nilai *Gross Profit Margin* (GPM) perusahaan meningkat sebesar 0,61 % menjadi 61,12 %. Kenaikan *Gross Profit*

*Margin* (GPM) yang tidak terlalu signifikan, dipengaruhi oleh penambahan jumlah gerai. Penambahan jumlah gerai akan berdampak terhadap volume permintaan bahan baku, sehingga perusahaan melakukan strategi bargaining power untuk memperoleh bahan baku yang dengan harga yang lebih kompetitif, dan menekan harga pokok penjualan.

### **Net Profit Margin (NPM)**

Hasil perhitungan *Net Profit Margin* (NPM) pada PT. Fore Kopi Indonesia, Tbk tahun 2024-2025 disajikan sebagai berikut :

**Tabel 2 Perhitungan *Net Profit Margin***

Tahun	Laba Bersih	Penjualan	NPM
2024	58.219.108.464	1.038.659.233.501	5,61 %
2025	90.133.042.112	1.497.134.772.364	6,02 %

Nilai *Net Profit Margin* (NPM) sebelum *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2024 sebesar 5,61 %. Setelah dilaksanakannya *Initial Public Offering* (IPO), nilai *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan meningkat sebesar 0,41 %, menjadi 6,02 %. Kenaikan nilai *Net Profit Margin* (NPM) dipicu oleh pertumbuhan laba bersih, dibandingkan pertumbuhan penjualan, hal tersebut mengindikasikan optimalisasi biaya operasional perusahaan yang lebih efektif. Kenaikan nilai *Net Profit Margin* (NPM) menjadi sinyal positif bagi investor, karena mencerminkan peningkatan kinerja perusahaan dan efisiensi pengelolaan usaha.

### **Return On Asset (ROA)**

Hasil perhitungan *Return On Asset* (ROA) pada PT. Fore Kopi Indonesia, Tbk tahun 2024-2025 disajikan sebagai berikut :

**Tabel 3 Perhitungan *Return On Asset***

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	ROA
2024	58.219.108.464	640.760.489.979	9,09 %
2025	90.133.042.112	1.160.171.580.611	7,77 %

Nilai *Return On Asset* (ROA) sebelum *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2024 sebesar 9,09 %. Setelah dilaksanakannya *Initial Public Offering* (IPO), nilai *Return On Asset* (ROA) perusahaan menurun sebesar 1,32 %, menjadi 7,77 %. Penurunan nilai *Return On Asset* (ROA) merupakan hal wajar bagi perusahaan yang baru melakukan penawaran saham perdana. Dana yang diperoleh dari *Initial Public Offering* (IPO) akan menambah jumlah akun kas dan bank perusahaan. Dana tersebut digunakan perusahaan untuk menambah aset melalui ekspansi dengan membuka lebih dari 90 gerai baru, pembelian mesin kopi, sewa gerai, dan penambahan lini bisnis baru yaitu *Fore Donut*. Faktor lain, perusahaan mengeluarkan dana untuk pengembangan aplikasi dan pengembangan strategi pemasaran. Sehingga perusahaan perlu waktu untuk meningkatkan laba atas aset yang dimiliki perusahaan.

### **Return On Equity (ROE)**

Hasil perhitungan *Return On Equity* (ROE) pada PT. Fore Kopi Indonesia, Tbk tahun 2024-2025 disajikan sebagai berikut :

**Tabel 4 Perhitungan *Return On Equity***

Tahun	Laba Bersih	Total Ekuitas	ROE
2024	58.219.108.464	253.123.293.120	23 %
2025	90.133.042.112	680.587.524.697	13,24 %

Nilai *Return On Equity* (ROE) sebelum *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2024 sebesar 23 %. Setelah dilaksanakannya *Initial Public Offering* (IPO), nilai *Return On Equity* (ROE) perusahaan menurun sebesar 9,76 %, menjadi 13,24 %. Penurunan nilai *Return On Equity* (ROE), bukan disebabkan laba perusahaan menurun, akan tetapi ekuitas perusahaan pasca dilakukannya *Initial Public Offering* (IPO), membuat ekuitas pada laporan posisi keuangan bertambah secara signifikan, pertambahan tersebut tidak diimbangi dengan pertumbuhan laba bersih. Sehingga perusahaan perlu waktu

untuk meningkatkan laba atas ekuitas yang dimiliki perusahaan.

## PEMBAHASAN

Profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO), analisis profitabilitas menjadi penting untuk mengetahui efektivitas penggunaan dana yang diperoleh dari pasar modal dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan..

Berdasarkan laporan keuangan tahunan perusahaan, profitabilitas PT Fore Kopi Indonesia Tbk menunjukkan pertumbuhan yang positif selama periode 2024–2025. Pendapatan dari penjualan produk perusahaan meningkat dari sekitar Rp1,04 triliun pada tahun 2024 menjadi Rp1,50 triliun pada tahun 2025. Sejalan dengan peningkatan pendapatan tersebut, laba bersih perusahaan juga mengalami kenaikan dari Rp58,2 miliar menjadi Rp90,1 miliar pada tahun 2025. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan momentum ekspansi bisnis dan dana hasil IPO untuk meningkatkan kinerja operasional.

Profitabilitas PT Fore Kopi Indonesia Tbk pada tahun 2024–2025 menunjukkan perkembangan yang positif. Peningkatan pendapatan, laba bersih, aset, dan ekuitas setelah *Initial Public Offering* (IPO) menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam fase pertumbuhan yang kuat. Strategi ekspansi gerai, inovasi produk, serta pemanfaatan dana *Initial Public Offering* (IPO) yang terarah menjadi faktor utama yang mendukung peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hingga akhir tahun 2025, perusahaan berhasil menambah 72 jumlah gerai baru yang tersebar di wilayah di Indonesia, terdiri dari : gerai *grab and go*, gerai *semi dine in*, gerai *flagship*. Perusahaan memperluas jangkauan pasar dengan membuka cabang di Negara Singapura, tepatnya di Bugis Junction, dan perusahaan membuka lini usaha baru “Fore Donat”, di daerah Jabodetabek. Langkah yang dilakukan

oleh PT. Fore Kopi Indonesia, sebagai pengembangan usaha untuk mendorong pertumbuhan laba secara berkelanjutan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa, *Initial Public Offering* (IPO) memberikan dampak positif terhadap profitabilitas PT Fore Kopi Indonesia Tbk. Hal ini tercermin dari meningkatnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, mengelola aset secara produktif, serta memberikan pengembalian yang lebih baik kepada pemegang saham. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa strategi penggunaan dana. hasil *Initial Public Offering* (IPO) telah mendukung pertumbuhan dan penguatan fundamental keuangan perusahaan.

Meskipun PT Fore Kopi Indonesia Tbk menunjukkan pertumbuhan kinerja keuangan yang positif, setelah melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2025, perusahaan tetap menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga dan meningkatkan rasio profitabilitasnya. Terutama tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan rasio profitabilitasnya. Pada aspek *Gross Profit Margin* (GPM), perusahaan dihadapkan pada risiko kenaikan harga bahan baku (kopi, susu, dan gula), dan peningkatan biaya distribusi akibat ekspansi gerai yang dapat menekan laba kotor. ada aspek *Net Profit Margin* (NPM), perusahaan harus mampu mengendalikan berbagai beban operasional, biaya pemasaran, administrasi, audit, kepatuhan sebagai perusahaan publik, dan biaya ekspansi usaha agar pertumbuhan pendapatan dapat diikuti oleh peningkatan laba bersih.

Sementara itu, *Return on Assets* (ROA) menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan pemanfaatan aset yang meningkat setelah *Initial Public Offering* (IPO), ekpanasi massif yang dilakukan perusahaan terkait aset, seperti : penambahan gerai, dan fasilitas operasional memerlukan waktu untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal. Selain itu, *Return on Equity* (ROE), menghadapi tekanan karena peningkatan ekuitas dari dana yang

diperoleh, harus diimbangi dengan pertumbuhan laba yang lebih tinggi agar tingkat pengembalian kepada pemegang saham tetap terjaga.

Dalam perspektif teori agensi (*agency theory*), yaitu meningkatnya potensi konflik kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan (*agent*). Setelah menjadi perusahaan publik, kepemilikan perusahaan tidak lagi terpusat pemegang saham mayoritas, karena saham perusahaan juga dimiliki oleh investor lainnya, yang menginginkan peningkatan profitabilitas perusahaan (Saputra & Afrizalmi, n.d.). Hal tersebut menuntut manajemen untuk mengelola dana hasil *Initial Public Offering* (IPO) secara efektif dan transparan, agar tujuan perusahaan selaras dengan kepentingan investor. Jika pihak manajemen tidak dimanfaatkan dana *Initial Public Offering* (IPO) secara optimal, untuk ekspansi usaha, pengembangan gerai, atau peningkatan kinerja operasional, maka dapat menimbulkan ketidakpercayaan *investor* dan meningkatkan biaya agensi (*agency cost*).

PT. Fore Kopi Indonesia Tbk, perlu meningkatkan strategi pemasaran dan memahami perkembangan perilaku konsumen agar mampu mempertahankan daya saing di industri kopi yang semakin kompetitif. Perubahan tren konsumsi, gaya hidup masyarakat urban, serta preferensi pelanggan yang dinamis menuntut perusahaan untuk selalu berinovasi dalam produk, layanan, dan pengalaman pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif, baik melalui promosi digital, program loyalitas pelanggan, maupun penguatan citra merek, dapat membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang mendorong kepuasan dan loyalitas konsumen. Loyalitas pelanggan yang tinggi pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan penjualan, memperkuat posisi pasar perusahaan, serta mendukung pertumbuhan profitabilitas yang berkelanjutan setelah pelaksanaan *Initial Public Offering* (IPO).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *Initial Public Offering* (IPO) memberikan dampak positif terhadap profitabilitas dan kinerja keuangan PT Fore Kopi Indonesia Tbk. Dana dihimpun dari pasar modal mampu mendorong pertumbuhan perusahaan, melalui ekspansi gerai, pengembangan teknologi digital, serta diversifikasi usaha. Kondisi terlihat dari meningkatnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional dan penjualan yang menunjukkan bahwa manajemen mampu memanfaatkan peluang pertumbuhan bisnis secara efektif.

Efektivitas pemanfaatan aset dan modal yang dimiliki perusahaan belum sepenuhnya optimal karena perusahaan masih berada pada tahap investasi dan pengembangan pasca *Initial Public Offering* (IPO). Secara keseluruhan, *Initial Public Offering* (IPO) telah memperkuat struktur permodalan perusahaan dan menjadi fondasi penting dalam mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, sehingga keberhasilan jangka panjang perusahaan akan sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam mengelola ekspansi, menjaga efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas aset dan modal yang dimiliki.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adelia, W. (2024). Mandiri : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Analisis Komparatif Return on Assets ( ROA ) PT Global Mediacom Tbk sebelum dan sesudah Initial Public Offering ( IPO ) Pendahuluan. 3(1).
- Harahap, A. P. (2020). Peluang dan Tantangan Initial Public Offering ( IPO ) Pada Perusahaan Start-Up di Indonesia. 5, 30–45.
- Kasmir. (2021). Analisis Laporan Keuangan (Edisi Revi). Rajawali Press.
- Kurnianto, T. W., Malini, H., & Setiawan, H. (2024). Financial performance analysis before and after initial public offering in consumer

- cyclical and consumer non-cyclical sector companies on the indonesia stock exchange. 13(01), 228–245. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Miranti, D. (2024). The Role Of Capital Markets In The Indonesian Economy. 1(1), 13–18.
- Oktoriani, D., Ngopi, B., Kopi, I., Kopi, E., & Kopi, T. B. (2026). Tren Ekonomi dan Budaya Konsumsi Kopi di Indonesia. 2025(1), 1–10.
- Santioso, L. (2025). Unveiling Factors Affecting Firm Value Of Food And Beverage Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. 3(2), 903–914.
- Saputra, E., & Afrizalmi, J. (n.d.). The Relevance of Agency Theory in Modern Economics and Management: A Conceptual Analysis and Organizational Implications Relevansi Teori Agensi dalam Ekonomi dan Manajemen Modern: Analisis Konseptual dan Implikasi Organisasional.
- Sari, I. M., Zahara, N., & Putri, R. A. (2025). Analisis Deskriptif Kuantitatif Rasio Profitabilitas dan Likuiditas PT . Pertamina Bina Medika IHC Periode 2020-2023. 5(4), 2753–2762.
- Sobandi, H. A., Andaresta, M. F., & Putri, R. S. (2024). Tinjauan Yuridis dalam Pasar Modal: Analisis Tahapan Initial Public Offering ( Ipo ). 5(7).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Zhang, R. (2023). IPO as a Key Process for a Successful Company. 46, 178–183.