

## **Pengaruh Pertumbuhan Bisnis Kopi Terhadap Keputusan Startup Fore Coffee untuk Melakukan Initial Public Offering (IPO)**

**Atria Darmawati**

Universitas Bakrie, Jakarta, Indonesia

[atriadarmawati@gmail.com](mailto:atriadarmawati@gmail.com)

**Agus Satory**

Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

[agussatory@unpak.ac.id](mailto:agussatory@unpak.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pertumbuhan industri kopi di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban, tren konsumsi kopi, dan dominasi generasi milenial sebagai konsumen utama. Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan rintisan (startup) di sektor makanan dan minuman/food and beverage (F&B) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan valuasi perusahaan. Salah satu startup yang menonjol adalah Fore Coffee, yang berhasil memanfaatkan tren kopi modern dan teknologi digital untuk memperkuat posisinya di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana maraknya bisnis coffee berperan dalam mendorong keputusan Fore Coffee untuk melantai di bursa saham melalui mekanisme Initial Public Offering (IPO). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis strategi bisnis Fore Coffee, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan permintaan pasar, inovasi produk, dan dukungan investasi menjadi faktor utama yang mendorong perusahaan untuk melakukan IPO. IPO tidak hanya menjadi strategi pendanaan, tetapi juga langkah ekspansi dan penguatan merek di industri yang sangat kompetitif.

**Kata kunci:** Kopi, Startup, Fore Coffee, Initial Public Offering, Tren Konsumsi, Industri F&B

### **ABSTRACT**

The coffee industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years, driven by shifts in urban lifestyles, evolving coffee consumption trends, and the dominance of millennials as the primary consumer base. This phenomenon presents significant opportunities for startups in the food and beverage (F&B) sector to expand their market reach and increase company valuation. One notable startup is Fore Coffee, which has leveraged the modern coffee trend and digital technology to strengthen its market position. This study aims to analyze how the rise of the coffee business has influenced Fore Coffee decision to go public through an Initial Public Offering (IPO). Using a qualitative approach through literature review and business strategy analysis, the study reveals that increased market demand, product innovation, and investor support are key factors driving the company toward an IPO. Going public is not only a funding strategy but also a means of expansion and brand strengthening in a highly competitive industry.

**Keywords:** Coffee, Startup, Fore Coffee, Initial Public Offering, Consumption Trends, F&B Industry

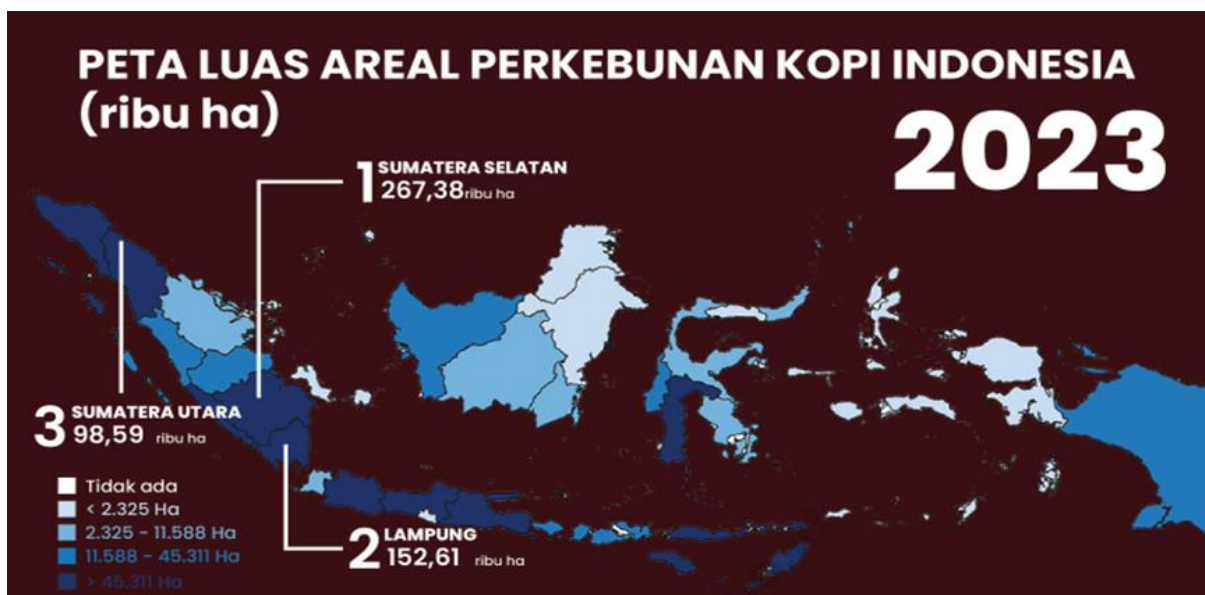
### **PENDAHULUAN**

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Tren ini tidak hanya ditandai dengan meningkatnya jumlah kedai kopi modern, tetapi juga

oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang menjadikan konsumsi kopi sebagai bagian dari aktivitas sosial dan profesional sehari-hari. Jumlah kedai kopi di Indonesia tumbuh setiap tahunnya, menunjukkan potensi pasar yang besar dan dinamis, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z (<https://pannacoffee.id/>).

Perubahan perilaku konsumen tersebut telah mendorong munculnya berbagai perusahaan rintisan (startup) yang berfokus pada bisnis kopi berbasis teknologi dan inovasi. Salah satu startup yang berhasil mencuri perhatian publik adalah Fore Coffee, yang menggabungkan konsep kopi berkualitas dengan pendekatan digital dalam hal pemesanan, distribusi, dan pengalaman pelanggan. Model bisnis Fore Coffee yang berbasis teknologi ini memungkinkan skalabilitas dan efisiensi operasional yang tinggi, sehingga menarik minat investor dan publik. Dalam konteks bisnis, IPO menjadi salah satu strategi yang diambil startup untuk memperoleh pendanaan jangka panjang, meningkatkan kredibilitas perusahaan, serta memperluas cakupan bisnis. Keputusan Fore Coffee untuk melakukan IPO merupakan langkah strategis yang didorong oleh kebutuhan ekspansi, penguatan brand, dan peningkatan kepercayaan pasar (<https://fore.coffee/id/>).

Berikut tersaji peta luas areal perkebunan kopi Indonesia dan provinsi dengan produktivitas kopi tertinggi dan terendah tahun 2023:



Gambar 1. Statistik Kopi Indonesia (Volume 8, 2024)



Gambar 2. Statistik Kopi Indonesia (Volume 8, 2024)

Minum kopi saat ini tidak hanya bermanfaat untuk menghilangkan kantuk, menghangatkan dan menyegarkan tubuh, tetapi juga telah menjadi gaya hidup di masyarakat, terutama pada kalangan pelajar, mahasiswa, pegawai milenial, sopir, dan sebagainya. Mengonsumsi kopi juga bisa digunakan sebagai media mengobrol dengan teman, mengerjakan tugas, atau menemani saat bekerja. Peningkatan konsumsi kopi tersebut juga menambah kebiasaan baru yaitu berkumpul bersama teman dan bersosialisasi di kedai kopi dalam waktu yang lama.

Kedai kopi (coffee shop) kekinian kini tumbuh dan menjamur, sehingga mudah untuk ditemui di berbagai kota di Indonesia. Jumlah gerai/kedai kopi di Indonesia tumbuh 3 kali lipat dalam 3 tahun terakhir, yaitu dari 1083 gerai menjadi 2,937 gerai dengan kenaikan sekitar 28 % (Wijaya & Linda, 2021). Berbagai inovasi dilakukan oleh pengusaha antara lain dari segi varian rasa kopi dengan susu, coklat, atau buah, cara pembelian lebih mudah dengan aplikasi digital, maupun menggandeng influencer untuk mempromosikan produk. Ciri-ciri kedai kopi kekinian yaitu memiliki desain interior yang modern dan minimalis, cara penyajiannya cepat dan praktis bisa langsung dibawa pulang (grab and go), serta memiliki banyak cabang di berbagai sudut kota seperti di dalam mall, dekat perkantoran, ruko, perumahan, rest area, serta SPBU, sehingga kedai kopi tersebut sering digunakan sebagai titik kumpul oleh berbagai orang dari berbagai wilayah, seperti halnya persaingan bisnis pada minimarket (Lukitaningsih, 2021).

Saat ini banyak sekali startup-startup yang bermunculan dan sedang gencar mengembangkan bisnisnya. Perusahaan startup sedang mempunyai potensi yang sangat tinggi untuk berkembang pesat membesarkan dan mengekspansi bisnisnya dewasa ini. Oleh karena itu, salah satu hal yang ingin dicapai

<b>MASTER: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS TERAPAN</b>	
Juni 2025, Vol. 5 No. 1, 108 – 125	E-ISSN : 2798 – 3994 ( <i>Online</i> )

untuk mewujudkan tujuan perusahaan tersebut yaitu IPO. Jika sebuah startup sudah IPO, maka startup tersebut sudah siap membuka peluang investasi bagi masyarakat luas yang ingin terlibat dalam pengembangan bisnis startup tersebut (Yosa at al, 2024).

Terbukti banyak startup Indonesia yang sudah IPO sehingga bisa dikatakan bahwa berbagai bisnis startup sudah berhasil dan sedang melebarkan sayap untuk terus tumbuh dan berkembang. Dengan banyaknya startup Indonesia yang sudah IPO, artinya peluang masyarakat umum untuk berinvestasi di berbagai startup Indonesia pun terbuka lebar. Di Indonesia, tren IPO startup mulai terlihat dengan munculnya perusahaan-perusahaan berbasis teknologi seperti Bukalapak dan GoTo yang berhasil melantai di Bursa Efek Indonesia. Keberhasilan mereka tidak lepas dari peran teknologi dalam membentuk nilai perusahaan (valuation), membangun ekosistem digital, dan menarik perhatian investor institusional maupun ritel. Inilah yang menjadikan topik mengenai peran teknologi dan inovasi dalam keputusan IPO menjadi sangat relevan untuk dikaji, khususnya dalam konteks startup di era digital (Arvin, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pertumbuhan bisnis kopi di Indonesia dan dampaknya terhadap perusahaan startup, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendorong Fore Coffee untuk melakukan IPO dan mengkaji peran inovasi dan teknologi dalam strategi ekspansi Fore Coffee menuju pasar publik melalui IPO. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah penjelasan mengenai IPO yang dilakukan oleh Fore Coffe, apa yang menjadi karakteristik startup dan inovasi bisnis yang dilakukan Fore Coffe, apa saja faktor yang mendorong startup Fore Coffee untuk melakukan Initial Public Offering (IPO) dan apa saja yang menjadi tantangan dan risiko dalam keputusan Fore Coffee untuk IPO.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang sedang terjadi, dalam hal ini adalah pengaruh pertumbuhan bisnis kopi terhadap keputusan startup Fore Coffee untuk melakukan Initial Public Offering (IPO). Jenis penelitian ini dipilih karena fokus utama penelitian bukan untuk menguji hipotesis atau menghasilkan angka statistik, melainkan untuk memahami proses, alasan, dan strategi bisnis yang digunakan oleh Fore Coffee dalam merespons peluang pasar dan keputusan keuangan strategis seperti IPO. Melalui analisis literatur dan studi kasus, peneliti dapat menginterpretasikan makna, pola, dan hubungan antara fenomena yang diteliti secara lebih mendalam.

Teknik pengumpulan data didapat dari berbagai sumber sekunder, seperti artikel berita dan laporan industri (seperti DailySocial dan Katadata), website resmi Fore Coffee dan literatur akademik dan buku terkait inovasi, startup, dan IPO. Sedangkan teknik analisis yang dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendorong Fore Coffee menuju IPO, menganalisis

<b>MASTER: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS TERAPAN</b>	
Juni 2025, Vol. 5 No. 1, 108 – 125	E-ISSN : 2798 – 3994 ( <i>Online</i> )

kesesuaian strategi IPO sebagai peluang perusahaan untuk menambah pendanaan dan ekspansi perusahaan, serta mengidentifikasi tantangan dan risiko yang akan dihadapi Fore Coffee.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Initial Public Offering (IPO)**

Inovasi teknologi memiliki pengaruh langsung terhadap daya saing perusahaan di pasar global. Perusahaan yang mampu mengadopsi dan memanfaatkan inovasi teknologi akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibanding pesaingnya. Hal ini juga berlaku pada perusahaan startup yang tengah mencari akses pendanaan melalui Initial Public Offering (IPO). Dengan dukungan teknologi, startup mampu menunjukkan transparansi, pertumbuhan eksponensial, serta proyeksi keuntungan yang menarik bagi para investor (Melissa A. Schilling, 2025). IPO bukan hanya menjadi sarana pendanaan, melainkan juga menjadi indikator bahwa perusahaan telah mencapai tingkat kematangan tertentu dalam operasional dan tata kelola. Di sisi lain, IPO juga membutuhkan kesiapan infrastruktur teknologi yang dapat mendukung akuntabilitas dan pelaporan yang ketat kepada public (Stephen Ross, Randolph Westerfield, Bradford Jordan, 2019).

Mengenai ketentuan untuk melakukan *go public* sendiri diatur dalam Pasal 1 angka 15 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM) yang menjelaskan bahwa *go public/Initial Public Offering* adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat yang diatur dalam tata cara yang diatur dalam undang-undang ini dan aturan pelaksanaannya (Undang-Undang Nomor 8, 1995).

Saat kondisi pasar saham sedang kondusif dan sebuah perusahaan yang berkaitan sedang bertumbuh dan berkembang, tentu perusahaan tersebut akan membutuhkan pendanaan dalam rangka ekspansi bisnisnya maupun untuk pemenuhan biaya operasional. Nah, hal tersebutlah yang mendorong perusahaan berlomba-lomba untuk segera IPO yaitu untuk mendapatkan pendanaan atau modal dari investor yang berasal dari publik. Berdasarkan Pasal 1 angka 8 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), Perseroan Publik adalah perseroan yang memenuhi kriteria jumlah pemegang saham dan modal disetor sesuai dengan ketentuan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di Pasar Modal. Sementara itu untuk menjadi perusahaan terbuka, UUPM mengatur bahwa suatu perseroan terbatas harus dimiliki oleh sekurang-kurangnya 300 (tiga ratus) pemegang saham dan memiliki modal disetor sekurang-kurangnya Rp.3.000.000.000,- (tiga milyar rupiah) atau suatu jumlah pemegang saham dan modal yang disetor yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah (Undang-Undang Nomor 8, 1995).

## **B. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal yang Mendorong Fore Coffe Menuju IPO**

Pertumbuhan industri kopi sebagai peluang bisnis, Fore Coffee adalah startup kopi retail yang didirikan pada tahun 2018 yang berbasis online-to-offline. Melalui tagline Grind the Essentials, Fore Coffee mengajak konsumen untuk fokus dan menghargai proses dan hal-hal yang berarti di dalam kehidupan di tengah dunia yang serba cepat, melalui segelas kopi berkualitas. Fore Coffee hadir untuk memberikan standar baru dalam menikmati kopi dengan memanfaatkan teknologi, keahlian dan pengalaman dalam meracik kopi. Menggunakan 100% biji kopi Arabika dari petani lokal Indonesia, biji kopi Fore Coffee diolah secara sempurna hingga disajikan oleh barista handal menjadi segelas kopi spesial untuk penikmat kopi Indonesia (Cerita Kami, <https://fore.coffee/id/about-us-id/>).

Industri kopi di Indonesia berkembang pesat, ditandai dengan meningkatnya jumlah kedai kopi modern dan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang menjadikan kopi sebagai bagian dari rutinitas harian. Perkembangan ini memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis, termasuk startup seperti Fore Coffee, untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik minat investor. Fore Coffee memanfaatkan momen ini dengan menawarkan konsep coffee-to-go yang praktis dan modern, sesuai dengan kebutuhan konsumen urban yang dinamis. Selain itu, Fore mengusung branding lokal yang kuat dan mendukung petani kopi Indonesia, sehingga menciptakan nilai tambah tersendiri di mata konsumen.

Dengan inovasi dan teknologi sebagai keunggulan kompetitif, Fore Coffee membangun model bisnis berbasis teknologi digital, mulai dari pemesanan melalui aplikasi, program loyalitas pelanggan, hingga penggunaan data untuk menganalisis preferensi konsumen. Perusahaan yang mengadopsi teknologi akan memiliki keunggulan kompetitif dan potensi pertumbuhan lebih tinggi. Penggunaan teknologi memungkinkan Fore Coffee untuk menjalankan strategi ekspansi dengan biaya operasional yang efisien serta mampu membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Teknologi juga membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan mudah diakses, dua faktor penting dalam mempertahankan loyalitas di industri F&B.

Saat press release Fore Coffe tanggal 14 April 2025, pada website resmi <https://fore.coffee/id> dijelaskan mengenai faktor internal dan eksternal yang Fore Coffe menuju IPO.

Faktor internal yang mendorong Fore Coffe menuju IPO:

### **1. Pertumbuhan Penjualan yang Signifikan**

Fore Coffee mengalami peningkatan jumlah gerai dan penjualan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan keberhasilan model bisnis yang scalable. Fore Coffee mencatat pertumbuhan pendapatan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2024, pendapatan bersih perusahaan mencapai Rp1 triliun, meningkat lebih dari dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini mencerminkan keberhasilan strategi ekspansi dan operasional perusahaan.

## 2. Inovasi Produk dan Teknologi

Fore Coffee mengintegrasikan teknologi ke dalam operasionalnya, seperti aplikasi pemesanan dan penggunaan AI untuk personalisasi produk, yang meningkatkan customer engagement dan efisiensi operasional. Fore Coffee mengadopsi pendekatan digital-native dengan memanfaatkan aplikasi mobile sebagai kanal utama pemesanan. Model ini memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data konsumen untuk analitik perilaku, menerapkan strategi personalisasi produk dan promosi, serta meningkatkan efisiensi operasional. Keunggulan teknologi ini menjadi nilai tambah besar dalam narasi IPO karena pasar menyukai perusahaan dengan fondasi digital yang kuat.

## 3. Kebutuhan Pendanaan untuk Ekspansi

IPO menjadi salah satu alternatif untuk menghimpun dana dalam jumlah besar guna mempercepat ekspansi gerai, pengembangan teknologi, dan penetrasi pasar regional. Fore Coffee telah menerima beberapa putaran pendanaan dari venture capital (VC) seperti East Ventures dan Sinar Mas Digital Ventures (SMDV). Namun, untuk mencapai skala nasional atau regional serta membangun infrastruktur logistik dan teknologi yang lebih luas, IPO menjadi alternatif pembiayaan yang lebih berkelanjutan dibandingkan terus-menerus mengandalkan VC. Dana hasil IPO sebesar Rp353,44 miliar akan digunakan untuk membuka 140 gerai baru dalam dua tahun ke depan, dengan target mencapai 600 gerai secara nasional pada tahun 2030.

## 4. Reputasi dan Brand Awareness

Fore Coffee telah membangun brand awareness yang kuat di kalangan urban millennial, membuatnya menjadi kandidat ideal untuk menarik investor public, terutama di segmen konsumen urban dan milenial. Dengan kampanye pemasaran yang konsisten dan positioning sebagai “kopi berkualitas premium yang terjangkau”, Fore Coffee sukses menanamkan persepsi sebagai brand modern dan lokal yang relevan. Brand equity yang solid ini menjadi salah satu aset intangible yang meningkatkan valuasi saat IPO.

Sedangkan faktor eksternal yang mendorong Fore Coffe menuju IPO:

### 1. Pertumbuhan Industri Kopi Ritel di Indonesia

Permintaan terhadap kopi khusus (specialty coffee) meningkat pesat, terutama dari generasi muda. Ini menciptakan peluang pasar yang besar. Industri kopi Indonesia tumbuh pesat seiring dengan gaya hidup masyarakat urban yang semakin menjadikan kopi sebagai bagian dari rutinitas harian.

### 2. Perubahan Perilaku Konsumen

Generasi muda cenderung mencari pengalaman yang cepat, digital, dan personal. Model bisnis Fore yang berbasis aplikasi dan integrasi dengan ekosistem digital sangat cocok dengan tren ini. Adaptasi terhadap kebutuhan konsumen inilah yang memperkuat alasan strategis untuk memperluas cakupan melalui pendanaan publik.

### 3. Tren IPO Startup di Asia Tenggara

Banyak startup, termasuk di sektor F&B, yang mulai masuk ke pasar modal untuk memperoleh dana segar, sehingga IPO menjadi tren dan strategi pertumbuhan umum. Kawasan Asia Tenggara tengah mengalami gelombang IPO dari startup teknologi dan konsumen seperti Grab, Bukalapak, dan GoTo. Ekosistem pasar modal Indonesia juga mulai terbuka terhadap perusahaan yang belum mencetak profit asalkan memiliki potensi pertumbuhan tinggi. Ini membuka jalan bagi Fore untuk menggunakan IPO sebagai alat pertumbuhan, bukan hanya sebagai exit investor awal.

### 4. Dukungan Ekosistem Startup dan Investasi

Ekosistem yang mendukung dari investor ventura, inkubator, dan pemerintah memperkuat kepercayaan diri Fore untuk melangkah ke IPO. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) saat ini mendorong lebih banyak perusahaan teknologi dan startup untuk melantai di bursa. Regulasi seperti papan akselerasi dan relaksasi persyaratan menjadi insentif tambahan yang menarik bagi startup seperti Fore Coffee.

### 5. Persaingan Industri

Tekanan dari kompetitor seperti Kopi Kenangan dan Starbucks memacu Fore untuk mempercepat pertumbuhan melalui IPO agar tidak tertinggal secara skala dan inovasi. Persaingan di industri kopi lokal semakin ketat, dengan kehadiran pemain besar seperti Kopi Kenangan, Starbucks, Janji Jiwa, dan lainnya. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, Fore Coffee perlu bergerak lebih cepat, membangun kehadiran brand secara nasional, dan mengembangkan teknologi lebih canggih yang semuanya memerlukan dana besar.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal seperti pertumbuhan penjualan yang signifikan, model bisnis berbasis teknologi, kebutuhan modal untuk ekspansi, dan peningkatan brand equity, serta faktor-faktor eksternal seperti pertumbuhan industri kopi, perubahan perilaku konsumen, tren IPO startup, kompetisi yang semakin ketat, dan dukungan regulasi, keputusan Fore Coffee untuk melakukan IPO merupakan langkah strategis yang logis untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.

## C. Perusahaan Startup dan Inovasi Bisnis

Perusahaan rintisan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat melalui model bisnis yang inovatif dan skalabilitas tinggi. Dalam konteks industri kopi modern, startup seperti Fore Coffee tidak hanya menjual produk minuman, tetapi juga membawa inovasi dalam proses operasional, pengalaman pelanggan, dan penggunaan teknologi. Dalam press release Fore Coffee (<https://fore.coffee/id>) memanfaatkan karakteristik khas startup, yaitu:

1. Model bisnis berbasis teknologi: Pemesanan kopi melalui aplikasi mobile, integrasi sistem pembayaran digital, dan pengumpulan data pelanggan untuk analisis perilaku konsumsi.

2. Orientasi pertumbuhan agresif: Ekspansi gerai di berbagai kota besar dalam waktu relatif singkat.
3. Penggunaan venture capital: Pendanaan dari investor besar seperti East Ventures dan SMDV untuk mendukung pertumbuhan skala nasional.

Sedangkan inovasi dalam bisnis Fore Coffee meliputi:

1. Pengalaman pelanggan berbasis digital: Konsumen dapat memesan dan membayar sebelum datang ke outlet (pre-order system), mempercepat waktu tunggu dan meningkatkan kepuasan.
2. Produk yang menyesuaikan tren lokal: Fore Coffee mengembangkan menu yang relevan dengan cita rasa konsumen Indonesia, seperti varian kopi gula aren.
3. Optimasi supply chain: Fore Coffee membangun rantai pasok yang mendukung bahan baku lokal dengan jaminan kualitas, sekaligus mengefisienkan biaya operasional.

Dalam dunia startup, inovasi adalah kunci untuk bertahan dan memperbesar pasar. Fore Coffee juga menerapkan prinsip lean startup yaitu eksperimen cepat (rapid experimentation) dalam produk baru, MVP (Minimum Viable Product) untuk menu atau layanan baru sebelum diluncurkan secara luas, pivot strategi berdasarkan feedback pasar. Secara keseluruhan, inovasi bisnis yang diterapkan Fore Coffee bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, tetapi juga membangun fondasi jangka panjang agar bisnis siap memasuki pasar modal dengan lebih solid dan menarik bagi calon investor.

#### **D. IPO sebagai Strategi Ekspansi dan Pembiayaan**

Keputusan Fore Coffee untuk melakukan IPO merupakan langkah strategis dalam rangka memperoleh pendanaan tambahan guna memperluas jaringan gerai, meningkatkan infrastruktur teknologi, dan memperkuat posisi pasar. IPO juga meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata publik dan investor serta membuka akses ke sumber pembiayaan jangka panjang. IPO menjadi bukti bahwa Fore Coffee telah mencapai tahap pertumbuhan yang matang, dengan struktur organisasi, manajemen keuangan, dan potensi pertumbuhan yang menarik. Selain itu, IPO memberikan ruang bagi Fore Coffee untuk meningkatkan valuasi perusahaan dan memperkuat branding sebagai perusahaan kopi lokal yang kompetitif di pasar nasional. Ketentuan yang berlaku memang mensyaratkan beberapa persyaratan untuk dapat menjadi perusahaan publik, namun pada dasarnya persyaratan-persyaratan tersebut bukanlah hal yang sulit untuk dipenuhi bahkan oleh perusahaan kecil sekalipun (Proses Go Public, 2015, [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Information/ForCompany/Panduan-Go-Public%20 Dec-2015.pdf](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Information/ForCompany/Panduan-Go-Public%20Dec-2015.pdf)).

##### **1. Pembentukan Tim IPO Internal**

Proses go public memerlukan proses yang meliputi beberapa aspek, sehingga pembentukan tim IPO yang kuat merupakan hal yang cukup penting. Tim internal sebaiknya terdiri dari orang-orang yang menguasai aspek keuangan dan aspek legal. Tim ini akan bekerjasama dengan para profesional yang

ditunjuk perusahaan untuk membantu proses IPO, khususnya dalam mempersiapkan dokumen prospektus.

## 2. Pertimbangan Awal

Sebelum memutuskan untuk melakukan Initial Public Offering (IPO) atau go public, perusahaan, termasuk startup seperti Fore Coffee, harus mempertimbangkan berbagai faktor strategis, finansial, operasional, dan regulasi. Keputusan untuk masuk ke pasar modal bukan hanya soal mencari pendanaan, tetapi juga tentang kesiapan perusahaan untuk bertransformasi menjadi entitas publik dengan segala tuntutan transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi. Berikut ini adalah beberapa pertimbangan awal utama dalam proses go public:

### a. Kesiapan Finansial

- i. Profitabilitas dan Pertumbuhan Pendapatan: Perusahaan harus menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang stabil dan prospek profitabilitas jangka panjang untuk menarik minat investor.
- ii. Kesehatan Laporan Keuangan: Keuangan perusahaan harus sudah terstruktur dengan baik, diaudit oleh auditor independen, dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.
- iii. Manajemen Arus Kas: Perusahaan harus mampu membuktikan pengelolaan arus kas yang efektif, karena investor akan memperhatikan ketahanan keuangan di tengah berbagai kondisi pasar.

### b. Stabilitas dan Skala Operasional

- i. Model Bisnis yang Terbukti: Perusahaan harus memiliki model bisnis yang valid, tidak hanya konsep semata, melainkan sudah teruji di pasar.
- ii. Skalabilitas: Produk atau layanan harus dapat dikembangkan dengan efisien di berbagai pasar tanpa menimbulkan lonjakan biaya yang tidak sebanding.
- iii. Diversifikasi Risiko: Ketergantungan pada satu segmen pasar, satu produk, atau satu klien utama menjadi faktor risiko yang harus diminimalkan.

### c. Kesiapan Organisasi dan Manajemen

- i. Struktur Tata Kelola: Harus ada struktur kepemimpinan yang kuat, termasuk keberadaan Dewan Komisaris, Komite Audit, dan tim manajemen senior yang kredibel.
- ii. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM): Karyawan kunci dan tim manajemen harus siap menjalankan perusahaan dalam lingkungan yang diawasi publik.

### d. Pertimbangan Regulasi dan Hukum

- i. Kepatuhan Hukum: Memastikan semua aspek hukum seperti hak kekayaan intelektual, izin usaha, perjanjian dengan pihak ketiga, dan struktur kepemilikan sudah bersih dan tertata.
- ii. Kesiapan terhadap Due Diligence: Perusahaan harus siap melalui proses audit menyeluruh dari underwriter, auditor, dan otoritas bursa.

e. Tujuan Strategis IPO

- i. Penggunaan Dana Hasil IPO: Harus jelas tujuan penggunaan dana seperti ekspansi bisnis, investasi teknologi, pelunasan utang, atau modal kerja.
- ii. Brand Positioning: Go public juga berfungsi meningkatkan profil perusahaan di mata konsumen, mitra bisnis, dan investor.
- iii. Exit Strategy Investor Lama: Bagi perusahaan yang didanai oleh venture capital, IPO sering menjadi cara untuk mendapatkan pendanaan dari pasar modal, meningkatkan profil perusahaan, dan memberikan opsi exit bagi investor lama.

3. Penunjukan Profesional Eksternal

Untuk membantu perusahaan dalam proses IPO, perusahaan perlu melakukan seleksi atas beberapa pihak sebagai berikut:

- a. Penjamin Emisi Efek (underwriter) yang akan membantu menawarkan saham perusahaan kepada investor
- b. Akuntan Publik yang akan melakukan audit atas laporan keuangan perusahaan
- c. Konsultan Hukum yang akan melakukan pemeriksaan dari segi hukum dan memberikan pendapat hukum
- d. Notaris yang akan membantu dalam melakukan perubahan Anggaran Dasar, membuat akte-akte dan perjanjian-perjanjian
- e. Penilai, apabila perusahaan memiliki aset tetap berupa tanah atau bangunan yang perlu dinilai oleh penilai independen
- f. Biro Administrasi Efek yang akan membantu melakukan administrasi kepemilikan saham perusahaan.

Seleksi yang dilakukan perusahaan sebaiknya mempertimbangkan rekam jejak dan reputasi para profesional tersebut dalam membantu proses IPO pada perusahaan lainnya serta besarnya biaya yang diajukan masing-masing profesional. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa profesional yang ditunjuk adalah profesi penunjang pasar modal yang telah terdaftar di OJK.

4. RUPS dan Perubahan Anggaran Dasar

Dalam tahap persiapan ini, perusahaan mengadakan RUPS untuk memperoleh persetujuan go public dari seluruh pemegang saham dan penetapan berapa jumlah saham yang akan ditawarkan kepada publik. Perusahaan juga perlu melakukan perubahan Anggaran Dasar dari PT tertutup menjadi PT terbuka. Selain itu, perusahaan juga perlu membentuk Sekretaris Perusahaan, Audit Internal, dan Komite Audit, jika belum ada sebelumnya.

5. Mempersiapkan Dokumen

Untuk go public dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, perusahaan terlebih dahulu menyampaikan Pernyataan Pendaftaran kepada OJK dan permohonan pencatatan saham kepada Bursa Efek Indonesia, dengan mempersiapkan antara lain beberapa dokumen berikut ini:

- a. Profil perusahaan, informasi tentang rencana IPO, underwriter, dan profesi penunjang.
- b. Pendapat dan laporan pemeriksaan dari segi hukum dari Konsultan Hukum
- c. Laporan Keuangan yang diaudit Akuntan Publik
- d. Laporan Penilai (jika ada)
- e. Anggaran Dasar perusahaan terbuka perusahaan yang telah disetujui Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
- f. Prospektus
- g. Proyeksi keuangan

Saat ini, belum banyak perusahaan-perusahaan rintisan (startup) di Indonesia yang sudah melakukan listing di Bursa Efek dan menjadikan perusahaannya sebagai perusahaan terbuka. Selain karena perkembangan perusahaan-perusahaan rintisan (startup) yang sebelumnya tidak mendapat perhatian lebih dari khalayak umum, proses dan tahapan penawaran umum perdana yang cukup rumit—bahkan untuk perusahaan besar sekalipun—membuat mekanisme IPO belum banyak dilirik oleh perusahaan rintisan (startup) di Indonesia. Indonesia.

Adapun persyaratan IPO di Indonesia, perusahaan dapat mencatatkan sahamnya di Papan Utama atau Papan Pengembangan. Persyaratan untuk dapat mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia di Papan Utama dan Papan Pengembangan adalah sebagai berikut:

PERSYARATAN MENJADI PERUSAHAAN TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)	
Papan Utama	Papan Pengembangan
<b>Badan Hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang memiliki:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komisaris Independen minimal 30% dari jajaran Dewan Komisaris;</li> <li>2. Direktur Independen minimal 1 (satu) orang dari jajaran anggota Direksi;</li> <li>3. Komite Audit;</li> <li>4. Unit Audit Internal;</li> <li>5. Sekretaris Perusahaan.</li> </ol>	
Operasional pada <i>core business</i> yang sama $\geq 36$ bulan	Operasional pada <i>core business</i> yang sama $\geq 12$ bulan
Membukukan laba usaha pada 1 tahun buku terakhir	Tidak diharuskan, namun jika belum membukukan keuntungan berdasarkan proyeksi keuangan pada akhir tahun ke-2 telah memperoleh laba (khusus sektor tertentu: pada akhir tahun ke-6)
Laporan Keuangan Auditan $\geq 3$ tahun	Laporan Keuangan Auditan $\geq 12$ bulan
Opini LK: WTP (2 tahun terakhir)	Opini LK: WTP
Aktiva Berwujud Bersih $\geq$ Rp100 miliar	Aktiva Berwujud Bersih $\geq$ Rp5 miliar
Jumlah saham yang dimiliki bukan Pengendali & bukan Pemegang Saham Utama min. 300 juta saham dan sebesar : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% dari total saham, untuk ekuitas &lt; Rp500 miliar</li> <li>• 15% dari total saham, untuk ekuitas Rp500 miliar – Rp2 triliun</li> <li>• 10% dari total saham, untuk ekuitas &gt; Rp2 triliun</li> </ul>	Jumlah saham yang dimiliki bukan Pengendali & bukan Pemegang Saham Utama min. 150 juta saham dan sebesar : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% dari total saham, untuk ekuitas &lt; Rp500 miliar</li> <li>• 15% dari total saham, untuk ekuitas Rp500 miliar – Rp2 triliun</li> <li>• 10% dari total saham, untuk ekuitas &gt; Rp2 triliun</li> </ul>
Jumlah Pemegang Saham $\geq 1000$ pihak	Jumlah Pemegang Saham $\geq 500$ pihak

Gambar 3. Persyaratan Menjadi Perusahaan Tercatat di Bursa Efek Indonesia/BEI

<https://www.idx.co.id>

IPO memberikan akses pendanaan yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, memperkuat kepercayaan Go Public, dan menciptakan peluang ekspansi global. Terdapat banyak keuntungan bagi perusahaan untuk melakukan penawaran umum IPO atau biasa disebut go public. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Model Memperoleh sumber pendanaan baru

Dana untuk pengembangan, baik untuk penambahan modal kerja maupun untuk ekspansi usaha, adalah faktor yang sering menjadi kendala banyak perusahaan. Dengan menjadi perusahaan publik, kendala pendanaan tersebut akan lebih mudah diselesaikan, yaitu:

- a. Perolehan dana melalui hasil penjualan sebagian saham kepada publik melalui Penawaran Umum Perdana Saham (Initial Public Offering/IPO). Dengan cara ini, perusahaan dapat memperoleh dana dalam jumlah yang besar dan diterima sekaligus dengan cost of fund yang relatif lebih rendah dibandingkan perolehan dana melalui perbankan. Selain itu di masa mendatang, dengan telah menjadi perusahaan publik, perusahaan juga dapat melakukan secondary offering, sehingga perusahaan mempunyai akses dana yang tanpa batas, melalui global fund manager.
- b. Mempermudah akses kepada perbankan. Dengan menjadi perusahaan public yang sahamnya diperdagangkan di bursa, kalangan perbankan akan dapat lebih mengenal dan percaya kepada perusahaan. Hal tersebut tidak berlebihan mengingat setiap saat perbankan dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan melalui berbagai keterbukaan informasi yang diumumkan perusahaan melalui bursa. Dengan kondisi demikian, tidak hanya proses pemberian pinjaman baru akan lebih mudah dibandingkan pemberian pinjaman kepada perusahaan yang belum dikenal, namun tingkat bunga yang dikenakan juga dimungkinkan akan lebih rendah mengingat credit risk perusahaan terbuka relatif lebih kecil dibandingkan credit risk pada perusahaan tertutup.
- c. Mempermudah akses perusahaan untuk masuk ke pasar uang melalui penerbitan surat utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pada umumnya pembeli surat utang atau calon investor akan lebih menyukai jika perusahaan yang menerbitkan surat utang tersebut sudah menjadi perusahaan publik. Dengan menjadi perusahaan public citra dan nama perusahaan dengan status Tbk (Terbuka) akan lebih dikenal di komunitas keuangan. Kondisi demikian tentunya tidak hanya akan sangat membantu mempermudah penerbitan surat utang, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk menerbitkan surat utang dengan tingkat bunga yang lebih bersaing karena tingkat kepercayaan pasar terhadap bond issuer yang sudah Go Public lebih tinggi dibandingkan dengan bond issuer yang belum Go Public.

2. Memberikan keunggulan kompetitif (competitive advantage) untuk pengembangan usaha

Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan akan memperoleh banyak competitive advantages untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang, yaitu antara lain:

- a. Melalui penjualan saham kepada publik perusahaan berkesempatan untuk mengajak para partner kerjanya seperti pemasok (supplier) dan pembeli (buyer) untuk turut menjadi pemegang saham perusahaan. Dengan demikian, hubungan yang akan terjadi tidak hanya sebatas hubungan bisnis tetapi berkembang menjadi hubungan yang lebih tinggi tingkat kualitas dan loyalitasnya. Hal tersebut disebabkan karena mereka sebagai salah satu pemegang saham akan memberikan komitmen yang lebih tinggi untuk turut serta membantu pengembangan perusahaan di masa depan.
  - b. Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan dituntut oleh banyak pihak untuk dapat selalu meningkatkan kualitas kerja operasionalnya, seperti dalam hal pelayanan kepada pelanggan ataupun kepada para stakeholders lainnya, sistem pelaporan, dan aspek pengawasan. Dengan demikian akan tercipta suatu kondisi yang senantiasa memacu perusahaan dan seluruh karyawannya untuk dapat selalu memberikan hasil yang terbaik kepada para stakeholdersnya. Bila kondisi ini tercapai, maka perusahaan dari waktu ke waktu akan menjadi lebih baik dalam menyajikan produk dan jasanya sehingga akan membuka peluang untuk pengembangan operasi selanjutnya. Banyak perusahaan yang mampu mempertahankan kelangsungan usahanya dalam waktu yang sangat panjang dengan menjadi perusahaan publik.
3. Melakukan merger atau akuisisi perusahaan lain dengan pembiayaan melalui penerbitan saham baru
- Pengembangan usaha melalui merger atau akuisisi merupakan salah satu cara yang cukup banyak diminati untuk mempercepat pengembangan skala usaha perusahaan. Saham perusahaan publik yang diperdagangkan di Bursa memiliki nilai pasar tertentu. Dengan demikian, bagi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, pembiayaan untuk merger atau akuisisi dapat lebih mudah dilakukan yaitu melalui penerbitan saham baru sebagai alat pembiayaan merger atau akuisisi tersebut.
4. Peningkatan kemampuan *going concern*
- Kemampuan *going concern* bagi perusahaan adalah kemampuan untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi apapun termasuk dalam kondisi yang dapat mengakibatkan bangkrutnya perusahaan, seperti terjadinya kegagalan pembayaran utang kepada pihak ketiga, perpecahan di antara para pemegang saham pendiri, atau bahkan karena adanya perubahan dinamika pasar yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk tetap dapat bertahan di bidang usahanya.
5. Meningkatkan citra perusahaan (*company image*)
- Dengan Go Public suatu perusahaan akan selalu mendapat perhatian media dan komunitas keuangan. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut untuk mendapat publikasi secara cuma-cuma, sehingga dapat meningkatkan citranya. Peningkatan citra tersebut tentunya akan memberikan

dampak positif bagi pengembangan usaha di masa depan. Hal ini sangat dirasakan oleh banyak perusahaan yang berskala kecil hingga menengah karena dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, citra mereka menjadi setara dengan perusahaan besar lainnya yang telah memiliki skala bisnis yang besar dan pengalaman historis yang lama.

6. Meningkatkan nilai perusahaan (company value)

Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, setiap saat dapat diperoleh valuasi terhadap nilai perusahaan. Setiap peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan umumnya akan mempunyai dampak terhadap harga saham di Bursa, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

### E. Tantangan dan Risiko

Keputusan IPO menjadi langkah logis untuk Fore Coffee dalam upayanya mempertahankan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mewujudkan ambisi sebagai pemain utama dalam industri kopi ritel di Indonesia dan Asia Tenggara. Namun Fore Coffee juga akan menghadapi tantangan dan risiko, yaitu:

1. Risiko operasional dalam skala besar

- a. Ekspansi cepat sama dengan kompleksitas operasional meningkat. Fore Coffee berencana membuka lebih dari 140 gerai dalam dua tahun. Namun, semakin besar skala operasional, semakin tinggi tantangan dalam menjaga kualitas produk, efisiensi logistik, dan konsistensi layanan.
- b. Manajemen rantai pasok kopi lokal dan bahan baku lainnya juga bisa jadi titik lemah bila tidak didukung sistem dan sumber daya yang kuat.

2. Risiko ketergantungan pada teknologi

- a. Fore Coffee mengandalkan aplikasi dan pemesanan digital. Jika terjadi gangguan sistem, kebocoran data, atau cyberattack, maka operasional dan kepercayaan pelanggan bisa langsung terganggu.
- b. Selain itu, inovasi teknologi pesaing yang lebih cepat atau user experience yang lebih baik bisa menggoyahkan posisi Fore Coffee di pasar.

3. Persaingan ketat di industri kopi ritel

- a. Industri kopi sangat kompetitif dan dengan hambatan masuk yang relatif rendah. Pemain besar seperti Kopi Kenangan, Starbucks, Janji Jiwa, bahkan pemain niche seperti Titik Temu atau Tanamera terus berekspansi.
- b. Fore Coffee perlu menjaga keunikan brand dan nilai tambah untuk tetap relevan di mata konsumen urban, khususnya segmen milenial dan Gen Z yang cepat berubah selera.

4. Risiko valuasi yang tidak seimbang

- a. Pasar modal Indonesia masih belajar menilai startup teknologi atau consumer brand berbasis digital. Valuasi Fore bisa dinilai terlalu tinggi atau rendah, bergantung pada persepsi investor terhadap prospek jangka panjang.
  - b. Bila ekspektasi tidak terpenuhi pasca IPO, harga saham bisa jatuh signifikan, menciptakan tekanan reputasi dan kepercayaan publik.
5. Tantangan menjaga profitabilitas
- a. Fore Coffee, seperti banyak startup consumer brand lainnya, kemungkinan belum mencapai titik laba bersih positif secara konsisten.
  - b. Setelah IPO, tekanan untuk menunjukkan kinerja keuangan positif setiap kuartal akan meningkat, yang bisa bertabrakan dengan strategi *growth-oriented*.
6. Risiko regulasi dan ketidakpastian eksternal
- a. Perubahan kebijakan pemerintah terkait industri makanan dan minuman, pajak digital, atau aturan pasar modal dapat berdampak langsung pada bisnis Fore Coffee.
  - b. Faktor global seperti kenaikan harga komoditas (biji kopi), fluktuasi nilai tukar, atau krisis logistik juga berpotensi mengganggu margin keuntungan.
7. Risiko ketergantungan pada pendanaan eksternal
- a. Meskipun IPO adalah bentuk penggalangan dana, tetap ada risiko jika pasca IPO Fore tidak mampu menghasilkan arus kas positif, dan kembali harus mencari sumber pendanaan tambahan.
  - b. Ini berisiko mengencerkan saham investor awal dan publik, serta menurunkan valuasi.
8. Risiko pergeseran perilaku konsumen
- a. Tren gaya hidup sangat cepat berubah, terutama di kalangan anak muda. Jika konsumen mulai beralih dari kopi ke minuman lain (seperti teh premium, minuman sehat, atau non-kafein), pertumbuhan industri kopi bisa melambat.
  - b. Preferensi terhadap merek lokal baru atau konsep F&B berbasis komunitas juga bisa menggeser posisi Fore Coffee jika tidak cepat beradaptasi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan industri kopi di Indonesia memberikan peluang besar bagi startup untuk berkembang secara agresif, termasuk Fore Coffee. Perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, telah menciptakan pasar yang potensial bagi produk kopi modern berbasis teknologi. Fore Coffee berhasil memanfaatkan momentum ini dengan mengembangkan model bisnis yang inovatif dan berbasis digital, yang pada akhirnya mendorong perusahaan untuk melakukan ekspansi skala besar. Keputusan Fore Coffee untuk melantai di bursa melalui Initial Public Offering (IPO) merupakan langkah strategis untuk memperoleh pendanaan, memperkuat posisi bisnis, dan meningkatkan daya saing. Inovasi, efisiensi operasional,

<b>MASTER: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS TERAPAN</b>	
Juni 2025, Vol. 5 No. 1, 108 – 125	E-ISSN : 2798 – 3994 ( <i>Online</i> )

serta kemampuan adaptasi terhadap tren pasar menjadi faktor utama yang mendukung kesiapan Fore menuju IPO.

Saran bagi perusahaan startup lain di sektor F&B dapat menjadikan Fore Coffee sebagai contoh dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk menciptakan model bisnis yang scalable dan menarik bagi investor. IPO dapat menjadi pilihan strategis, tetapi perlu didukung oleh kesiapan manajerial, keuangan, dan operasional. Dalam mempertimbangkan pertumbuhan bisnis dan rencana untuk melakukan Initial Public Offering (IPO), perusahaan startup seperti Fore Coffee perlu memperhatikan beberapa hal strategis agar proses transisi menjadi perusahaan publik berjalan lancar dan berkelanjutan, yaitu: memperkuat struktur tata kelola perusahaan, menjaga konsistensi inovasi, membangun fundamental keuangan yang kuat, mengelola ekpetasi pasar dan pemegang saham, menyiapkan tim internal yang kuat dan memilih waktu IPO yang tepat.

Saran bagi investor, potensi industri kopi yang terus berkembang menjadikan sektor ini menarik untuk investasi, khususnya pada startup yang mampu menunjukkan pertumbuhan sehat, diferensiasi produk, dan pendekatan digital. IPO Fore Coffee memberikan peluang menarik sejalan dengan tren konsumsi kopi premium dan gaya hidup urban di Indonesia. Namun, investor harus tetap melakukan due diligence menyeluruh, memahami risiko industri, dan mempertimbangkan profil risiko pribadi sebelum mengambil keputusan investasi.

Sedangkan saran bagi peneliti selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh spesifik antara variabel-variabel seperti pertumbuhan pasar, valuasi startup, dan keputusan IPO, serta memperluas studi kasus pada startup lain di sektor serupa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

BPS Statistics Indonesia, “Statistik Kopi Indonesia”, Vol. 8, 2024, hlm. 17. Diakses tanggal 17 April 2025 jam 10:00.

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/11/29/d748d9bf594118fe112fc51e/statistik-kopi-indonesia-2023.html>

Artikel “Adaptasi Tren Penikmat Kopi Dari Generasi Milenial ke Gen Z”, dimuat di Jurnal Ilmiah Indonesia Syntaxliterate, Vol. 9 No. 8, Agustus 2024. p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398.

<https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntaxliterate/article/download/16001/10342?inline=1>

Melissa A. Schilling, 2005. Strategic Management of Technological Innovation, Boston: McGraw-Hill Irwin

Stephen Ross, 2019. Randolph Westerfield, Bradford Jordan, Fundamentals of Corporate Finance, New York: McGraw-Hill Education

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 64, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3608)

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 13, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3587)

Artikel “Cerita Kami”, Diakses tanggal 17 April 2025 jam 11:00. <https://fore.coffee/id/about-us-id/>

Proses Go Public (Go Public Process)(n.d.). Diakses tanggal 18 April 2025 jam 15:00. [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Information/ForCompany/Panduan-Go-Public%20 Dec-2015.pdf](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Information/ForCompany/Panduan-Go-Public%20Dec-2015.pdf)

Proses Go Public (Go Public Process)(n.d.). Diakses tanggal 18 April 2025 jam 15:00. <https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Information/ForCompany/Panduan-Go-Public.pdf>

Widodo. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Wijaya, Linda (2021) Develop Integrated Marketing Communication Strategy For Good Day Coffee Stall

R.Muhammad Miharadi dan Maman S. Mahayana, 2017, Meneroka Relasi Hukum, Negara, dan Budaya. [http://obor.or.id/index.php?route=product/product&product\\_id=781](http://obor.or.id/index.php?route=product/product&product_id=781) hlm. 131-212

Harini Fajar Ningrum, 2022, Etika dan Hukum Bisnis, ISBN : 978-623-362-672-9 (hlm : iv, 192). Google Scholar: <https://scholar.google.co.id/citations?user=ka0E86IAAAAJ>

Yosa Nugraha Firman, Rony Joyo Negoro, Sahala Manalu, Catharina Aprilia, Analisis Komparatif Faktor-Fakotr Probabilitas Emiten Startup di Indonesia, Vol. 2 No. 2, Februari 2021, p-ISSN: 2721-3854 e-ISSN: 2721-2769

Hilda Amadea Soebandi, Muhammad Farel Andaresta, reynara Shafira Putri, Tinjauan Yuridis Dalam Pasar Modal: Alanisis Tahapan Initial Public Offering (IPO), Vo. 5 No. 7, Juli 2024, p-ISSN: 2722-7782 e-ISSN: 2722-5256

Arvin William Wiryawinata, 2023, 6 Tahapan Pendanaan dalam Dunia Startup: Pre-Seed Ke IPO. Diakses tanggal 17 April 2025 jam 11:00. <https://www.jurnal.id/id/blog/tahapan-dunia-startup/#:~:text=6%20Tahapan%20Pendanaan%20dalam%20Dunia%20Startup:%20Pre%2DSeed,dan%20berkembang%20secara%20signifikan%2C%20termasuk%20di%20Indonesia.>

Kopi2sks, 2025, Apa Tujuan Fore masuk ke BEI?, <https://kopi2sks.id/apa-tujuan-fore-masuk-ke-bei/#:~:text=IPO%20adalah%20langkah%20strategis%20Fore,profitabilitas%20dan%20memenuhi%20ekspektasi%20investor.>