

Menguak Motif Dibalik Initial Public Offering Studi pada PT Lovina Beach Brewery Tbk

Putu Wahyu Gunawan^{1*}, Nyoman Ari Surya Darmawan²

^{1,2}Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja - Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 23, 2024

Received in revised form December 26, 2024

Accepted December 26, 2024

Available online December 30, 2024

Kata Kunci:

Initial public offering, IPO, motif, industri minuman beralkohol, legitimasi, sosio kultural, sinergi.

Keywords:

Initial public offering, IPO, motives, alcoholic beverage industry, legitimacy, socio-cultural, synergy.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji perjalanan bisnis PT Lovina Beach Brewery Tbk, sebuah perusahaan industri minuman beralkohol (mikol) yang beroperasi di Bali, serta alasan dan motif perusahaan dalam melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, analisis dokumen, serta observasi terhadap dinamika lokasi usaha dan lingkungan perusahaan. Analisis data dilakukan dengan teknik *triangulasi* untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Fokus utama penelitian adalah aspek sosio-kultural Bali, yang sangat berpengaruh dalam proses IPO serta motivasi perusahaan melakukan IPO. Hasil Penelitian ini menemukan bahwa aspek sosial, budaya dan agama sangat memberikan implikasi bagi perjalanan bisnis perusahaan dari awal berdiri hingga IPO. Penelitian ini menemukan tiga motif utama dalam pelaksanaan IPO PT Lovina Beach Brewery Tbk, yaitu: (1) motif pendanaan untuk ekspansi dan peningkatan kapasitas produksi, (2) motif peningkatan gengsi perusahaan yang berkaitan dengan penguatan citra dan *branding* melalui pencatatan saham di bursa, serta (3) motif sinergi dengan *sister company* dalam grup melalui kepemilikan silang (*cross-ownership*). Penelitian ini memberikan

kontribusi bagi pengembangan teori motif IPO dan memberikan pertimbangan bagi pelaku usaha industri mikol dalam strategi IPO dengan kearifan lokal serta pemerintah atau otoritas pasar modal dalam merumuskan kebijakan terkait industri mikol yang ketat akan regulasi.

ABSTRACT

This research examines the business journey of PT Lovina Beach Brewery Tbk, an alcoholic beverage industry company operating in Bali, as well as the reasons and motives of the company in carrying out its Initial Public Offering (IPO). The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, document analysis, and observations of the dynamics at the business location and the company's environment. Data analysis was performed using triangulation techniques to ensure the validity and reliability of the findings. The main focus of the research is the socio-cultural aspects of Bali, which are very influential in the IPO process and the company's motivation for conducting the IPO. This research found that social, cultural, and religious aspects have significant implications for the company's business journey from its inception to the IPO. This research found three main motives in the implementation of PT Lovina Beach Brewery Tbk's IPO, namely: (1) funding motives for expansion and increased production capacity, (2) motives for increasing company prestige related to strengthening image and branding through stock listing on the stock exchange, and (3) synergy motives with sister companies within the group through cross-ownership. This research contributes to the development of IPO motive theory and provides considerations for business actors in the mikol industry in IPO strategies with local wisdom, as well as for the government or capital market authorities in formulating policies related to the strictly regulated mikol industry.

* Corresponding author.

E-mail: putuwahyugunawan19@gmail.com (Putu Wahyu Gunawan)

1. Pendahuluan

Initial Public Offering (IPO) merupakan proses di mana sebuah perusahaan pertama kali menawarkan sahamnya kepada publik untuk dijual (Utami Syukri, 2020). IPO adalah langkah penting dalam siklus hidup perusahaan, karena selain meningkatkan modal, IPO juga membuka akses perusahaan untuk diperdagangkan di pasar saham, sehingga meningkatkan transparansi dan profil perusahaan di mata publik dan investor (Dianita et al., 2024). IPO sering kali dipilih oleh perusahaan yang ingin memperluas operasi, membayar utang, atau memberikan likuiditas bagi pemegang saham yang ingin menjual saham mereka. Dalam proses ini, perusahaan biasanya bekerja sama dengan bank investasi untuk menentukan harga saham dan jumlah saham yang akan ditawarkan kepada investor.

Pada tahun 2023 total perusahaan yang tercatat sahamnya di PT Bursa Efek Indonesia (BEI) sudah mencapai 901 Perusahaan, dan dari total 901 Perusahaan pada tahun 1981-2022 hanya terdapat 2 emiten yang bergerak dalam industri minuman beralkohol (Mikol) yang melakukan *go public*, kemudian pada tahun 2023 bergabung 3 emiten yang bergerak dalam industri mikol yang *go public* (Bursa Efek Indonesia, 2023).

Tabel 1. Perusahaan Mikol Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Keterangan	MLBI	DLTA	BEER	WINE	STRK
Tahun Initial Public Offering (IPO)	1981	1984	2023	2023	2023
Jenis Minuman yang diproduksi:					
Gol A (kadar alkohol ≤ 5%) Jenis: Bir	Heineken, Bintang, Guinness	San Miguel, Carlsberg, Anker, Kuda Putih	Daebak Spark	-	Stark Craft Beer, Pilsener 1945
Gol B (kadar alkohol >5%-20%) Jenis: Wine, Soju, Liquor	-	-	Daebak Soju	Wine Hatten, Dragonfly, Two Island	Aja Soju, Nord 20%
Gol C (kadar alkohol >20% - 55%) Jenis: Arak, whisky, liquor	-	-	Cap Tikus 1978	Arak dan Brem Bali Dewi Sri	Arak De'Wan, Nord 40%, Kaja, Kalagan

Sumber: Stockbit Analisis, 2023

Tabel 1 memperlihatkan ada 5 perusahaan mikol yang sudah melakukan IPO yaitu PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) yang sudah IPO pada tahun 1981, PT Delta Jakarta Tbk (DLTA) IPO pada tahun 1984 dan pada tahun 2023 ada 3 perusahaan mikol yang melakukan IPO yaitu PT Jobubu Jarum Minahasa Tbk (BEER), PT Hatten Bali Tbk (WINE), dan PT Lovina Beach Brewery Tbk (STRK). Perkembangan industri mikol di Indonesia pada tahun 2014-2019 mengalami pertumbuhan tahunan mencapai 9,8%. Petumbuhan sempat terhenti akibat adanya pandemi Covid19 namun kini sudah berangsur pulih dan diperkirakan penjualan produk mikol akan mencapai 715 juta liter pada tahun 2022 (Statista, 2022). Hal tersebut didukung oleh laporan dari Kementerian Keuangan atas Pendapatan Cukai Minuman Mengandung Ethyl Alkohol (MMEA) Indonesia pada yang terlihat pada Gambar 1 Berikut:



Gambar 1. Pendapatan Cukai Minuman Mengandung Ethyl Alkohol (MMEA) Indonesia

Sumber: Kementerian Keuangan, 2023

Berdasarkan Gambar 1 terlihat pendapatan cukai Pemerintah Indonesia mengalami *trend* peningkatan dari tahun 2016-2019 meskipun sempat turun pada tahun 2020 akibat pandemi, ditahun berikutnya pada tahun 2021-2022 pendapatan atas cukai mikel meningkat kembali. Hal tersebut mencerminkan bahwa industri minuman beralkohol turut memberikan sumbangan pendapatan bagi negara Indonesia melalui pendapatan cukai MMEA. Menurut Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013, minuman beralkohol dibagi menjadi tiga golongan berdasarkan kadar etanolnya yang dapat disajikan dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2. Tarif Cukai Minuman Beralkohol Tahun 2024

Golongan	Kadar Etil Alkohol	Tarif per Liter (Produksi Dalam Negeri)	Tarif per Liter (Produksi Luar Negeri/Impor)
Golongan A	Sampai dengan 5%	Rp.16.500,-	Rp.16,500
Golongan B	Lebih dari 5% - 20%	Rp.42.500,-	Rp.53.000,-
Golongan C	Lebih dari 20% - 55%	Rp.101.000,-	Rp.152.000,-

Sumber: Kementerian Keuangan, 2024

Meskipun industri ini memberikan sumbangan yang cukup besar bagi pendapatan negara melalui Cukai MMEA, Pemerintah Indonesia masih sangat membatasi ijin usaha untuk industri yang bergerak dalam bidang minuman beralkohol (Saputra & Darmawan, 2022). Industri minuman alkohol di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan akibat regulasi yang ketat. Menurut Keputusan Presiden No. 74 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 20 Tahun 2014, pedagang ritel dan distributor harus memiliki izin khusus untuk menyimpan, mendistribusikan, dan menjual bir. Gerai-gerai seperti supermarket dan toko bahan makanan, juga harus memiliki tempat dan rak terpisah untuk memajang minuman beralkohol, serta ruang penyimpanan khusus. Kebijakan terkait minuman alkohol juga bisa berubah. Pada 2015 penjualan minuman alkohol di minimarket dilarang melalui Permendag No. 6 Tahun 2015. Kemudian, pada 2021, Presiden Jokowi mencabut lampiran Perpres No. 10 Tahun 2021, yang memungkinkan investasi dalam industri minuman keras di beberapa provinsi seperti Bali, NTT, Papua, dan Sulawesi Utara, meskipun keputusan ini mendapat penolakan dari sebagian masyarakat. Akibat dari peraturan tersebut hanya daerah atau provinsi tertentu yang memiliki tradisi dan kearifan lokal terkait dengan minuman beralkohol yang diberikan ijin untuk membuat pabrik minuman beralkohol hal ini ditujukan untuk menghormati dan memberikan toleransi akan keberagaman masyarakat di Indonesia. Jika investasi dilakukan di luar wilayah tersebut, maka harus disetujui oleh Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) berdasarkan rekomendasi dari gubernur.

Provinsi Bali adalah salah satu provinsi yang diperbolehkan dalam aturan Perpres Nomor 10 Tahun 2021 dan mendapat dukungan penuh dari mantan Gubernur Bali I Wayan Koster. Hal tersebut tertuang dalam Peraturan Gubernur No. 1 Tahun 2020 tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi dan/atau *Destilasi* Khas Bali (Pemerintah Provinsi Bali, 2023). Minuman fermentasi khas Bali, seperti arak, tuak, dan brem Bali, merupakan bagian dari kekayaan budaya yang khas dari Pulau Dewata, sebagaimana diatur dalam Peraturan Gubernur Bali yang terdiri dari IX Bab dan 19 Pasal. Salah satu perusahaan minuman beralkohol yang berlokasi di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali dan berhasil IPO pada tahun 2023 adalah PT Lovina Beach Brewery Tbk dengan anak usahanya yaitu PT Lovina Industri Sukses. Perseroan merupakan salah satu distributor sekaligus pabrik minuman mengandung etil alkohol yang memiliki ijin distribusi dan produksi minuman alkohol golongan A, B, dan C.

PT Lovina Beach Brewery dengan kode emiten STRK resmi IPO pada tanggal 10 Oktober 2023. Perjalanan menuju IPO yang dilakukan oleh PT Lovina Beach Brewery Tbk tidaklah mudah. Industri minuman beralkohol di Indonesia menghadapi tantangan besar, termasuk perubahan regulasi pemerintah, regulasi yang ketat, stigma sosial, dan resistensi budaya di berbagai wilayah. Sebagai negara dengan populasi mayoritas Muslim, Indonesia memiliki kebijakan yang membatasi distribusi dan konsumsi minuman beralkohol. Namun, Bali sebagai destinasi wisata internasional menghadirkan peluang unik bagi industri ini. Tren terkini menunjukkan adanya peningkatan permintaan untuk produk minuman beralkohol premium, terutama dari sektor pariwisata. Namun demikian, perusahaan seperti PT Lovina Beach Brewery tetap harus menghadapi tantangan regulasi, fluktuasi pasar, dan penyesuaian terhadap nilai-nilai lokal yang dominan. Gap penelitian ini terletak pada kurangnya studi yang mengkaji interaksi antara regulasi ketat, nilai-nilai lokal, dan strategi IPO di industri mikel di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam memahami tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan mikel di pasar modal Indonesia. Fenomena pengaruh sosial, budaya, dan Agama Hindu Bali yang memiliki peran dalam perkembangan PT Lovina Beach brewery dari awal berdirinya hingga akhirnya

menjadi perusahaan mikol yang berhasil IPO di Bursa Efek Indonesia menjadi sebuah topik penelitian yang menarik, mengingat tidak semua daerah memiliki kearifan lokal yang bisa mendukung industri ini bisa berjalan dengan baik. Selain itu motivasi yang melatar belakangi perusahaan mikol untuk IPO dibalik ketatnya regulasi dan tantangan yang harus dihadapi menjadi topik yang perlu digali secara holistik untuk menemukan sebuah pemahaman baru dalam konteks IPO pada industri minuman beralkohol.

Sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terkait industri minuman alkohol di Indonesia. Penelitian dari Solikin (2021) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa industri minuman beralkohol mempunyai angka pengganda output yang rendah namun angka pengganda tenaga kerja dan pendapatan yang tinggi. Saputra & Darmawan (2022) menyatakan bahwa usaha tradisional arak dilihat dari aspek finansial dan non finansial merupakan usaha tradisional yang layak untuk dijalankan. Penelitian terdahulu lebih banyak menganalisis aspek kelayakan usaha industri minuman beralkohol dalam skala yang lebih kecil. Dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji lebih dalam fenomena industri minuman alkohol yang telah terbuka untuk publik melalui IPO dengan skala yang lebih luas. Penelitian ini akan difokuskan pada analisis *sosio cultural* dalam hal ini bagaimana aspek sosial, budaya, dan agama Hindu di Bali turut berkontribusi dalam perkembangan usaha PT Lovina Beach Brewery Tbk dari awal berdirinya hingga pada akhirnya perusahaan mengambil langkah untuk IPO. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apa motif yang melatarbelakangi *initial public offering* di PT Lovina Beach Brewery Tbk.

2. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih rinci fenomena IPO pada industri minuman beralkohol untuk mengetahui implikasi dari aspek sosial, budaya, dan agama serta apa motif dari pelaksanaan IPO PT Lovina Beach Brewery Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dimana data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang didasarkan pada filosofi postpositivisme dan digunakan untuk memahami kondisi alami dari objek penelitian. Subjek penelitian ini adalah Manajemen (Direktur, Manager, Staff karyawan) PT Lovina Beach Brewery Tbk dan PT Lovina Industri Sukses sebagai sebuah perusahaan minuman beralkohol yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria utama, yaitu memiliki keterlibatan langsung dalam proses IPO, pemahaman mendalam tentang kegiatan tersebut, serta wawasan terkait implikasi sosial, budaya, dan agama. Teknik *snowball* sampling juga digunakan untuk memperoleh subjek tambahan berdasarkan rekomendasi informan.

Dalam penelitian ini peneliti memilih tiga metode dalam pengumpulan data penelitian, yaitu Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*), Observasi, Studi Dokumentasi dan Studi Pustaka. Dalam penelitian ini peneliti sebagai *instrument* utama penelitian dalam proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Miles dan Huberman (1984), yang meliputi tahapan Pengumpulan Data (*Data Collection*), Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), dan Penarikan Kesimpulan (*Verification*). Selain itu, digunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari data dan analisis konten untuk memahami isi dokumen dan wawancara. Untuk memastikan validitas temuan, dilakukan triangulasi data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Miles dan Huberman menekankan bahwa analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus hingga data dianggap jenuh.

3. Hasil dan pembahasan

Aspek *Sosio Cultural* dan Agama dalam Perjalan Bisnis PT Lovina Beach Brewery Tbk

Salah satu alasan pemilihan Provinsi Bali sebagai lokasi usaha perusahaan adalah keunikan sosial budaya Bali yang kental dengan tradisi mikol salah satunya Arak Bali. Penelitian ini menemukan bahwa arak Bali telah menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat, di mana produksi dan konsumsi arak berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi lokal serta pelestarian budaya tradisional. Hal ini disampaikan oleh Manajemen PT Lovina dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalau kita tarik mundur lagi ke sejarah arak, dari dulu memang kan orang-orang bali disetiap rumahnya pasti punya pohon “jake” itu namanya, nah terus lama-lama jake ini menjadi sebuah mata pencaharian bagi para petani yang mana dulu namanya adalah tuak. Dari sebuah mata pencaharian kemudian menjadi budaya seperti misalnya kegiatan manusa *yadnya* seperti kegiatan pernikahan pada saat kumpul pasti ada acara minum-minumnya, orang-orang disana pasti ngumpul sambil

makan lawar nah untuk menghilangkan efek samping dari lawar ditemani dengan arak adalah kombinasi yang pas, itu dari sisi budayanya yang mungkin didaerah lain berbeda. Dari sebuah budaya kemudian menjadi sebuah bisnis yang memiliki nilai komersil yang bagus karena minat dan kebutuhan masyarakat akan arak itu tinggi di Bali”.

PT Lovina Beach Brewery Tbk tidak hanya sekedar beroperasi sebagai entitas bisnis, tetapi juga berperan sebagai pelestari warisan budaya. perusahaan berusaha untuk mempromosikan arak Bali ke pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, sambil tetap menjaga keaslian dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Hal ini juga didukung dengan studi yang dilakukan oleh Pranatayana (2021) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa Melakukan pendekatan persuasif kepada petani arak dan masyarakat menjadi krusial, terutama dengan memberikan pemahaman melalui pendekatan horizontal. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan masyarakat, petani, dan pengrajin arak Bali dalam upaya mengembangkan arak sebagai produk wisata, mengingat potensi dampaknya terhadap sektor pariwisata di Bali. Pranatayana (2021) menemukan bahwa Arak Bali telah menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat, di mana produksi dan konsumsi arak berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi lokal serta pelestarian budaya tradisional. Melihat fenomena tersebut Pemerintah Provinsi Bali menerbitkan Peraturan Gubernur Bali Nomor 1 Tahun 2020 dengan tujuan untuk melindungi, memelihara, mengembangkan, dan memanfaatkan minuman fermentasi dan/atau destilasi khas Bali, seperti Arak Bali, Tuak Bali, dan Brem Bali.



Gambar 2. Kunjungan Mantan Gubernur Bali Bapak Wayan Koster ke PT Lovina Industri Sukses (Sumber: Arsip PT Lovina, 2024)

Dengan adanya payung hukum yang jelas maka para pengusaha dibidang industri mikol di Bali akan bisa melaksanakan usahanya dengan tertib dan tanpa ada rasa takut akan ketidakpastian hukum. Hal ini disampaikan oleh Mantan Gubernur Bali Bapak I Wayan Koster dalam kunjungannya ke Pabrik PT Lovina Beach Brewery pada tanggal 29 Januari 2024 bertepatan dengan diperingatinya hari Arak, sebagai berikut:

“Kami selaku pemerintah dan pembuat kebijakan akan selalu mendukung UMKM yang bisa memberikan manfaat bagi masyarakat Bali. Seperti Pabrik PT Lovina ini sangat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar pabrik untuk memberikan lapangan pekerjaan dengan gaji yang sudah pasti tidak dibawah standar. Selain itu Pabrik PT Lovina juga sangat berkontribusi bagi keberlanjutan para petani arak, yang awalnya arak hanya dipandang sebagai minuman kasar tetapi PT Lovina bisa membantu membeli arak nira dari petani dan diolah kembali dengan cara disuling untuk menjadi arak dengan kualitas yang tinggi. Ini sangat bermanfaat bagi ekonomi petani dan keberlanjutan budaya Arak Bali agar semakin dikenal luas. Dengan adanya Peraturan Gubernur Bali No. 1 Tahun 2020 saya yakin akan sangat bermanfaat bagi kelangsungan bisnis PT Lovina Industri Sukses kedepan”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan, keberadaan pabrik mikol membawa dampak positif lainnya bagi masyarakat Bali. Salah satunya adalah pemberdayaan ekonomi lokal. Pabrik ini tidak hanya memproduksi arak untuk dijual, tetapi juga berupaya meningkatkan kualitas produk arak melalui proses produksi yang lebih modern dan higienis. Hal senada juga disampaikan oleh Manajemen PT Lovina sebagai berikut:

“Kalau di Bali itu dalam kegiatan sosial dan budayanya memang sering berkaitan dengan mikol, hal ini juga membantu kita selaku produsen tidak bersinggungan dengan nilai-nilai masyarakat sekitar, sebagai pabrik mikol yang legal juga kita tidak akan membagikan mikol kepada masyarakat jadi mikol ini target marketnya bukan masyarakat sekitar pabrik. Jangankan masyarakat karyawan kita sendiri tidak boleh sembarangan minum produk kita dalam artian ada regulasi yang mengatur ketat

distribusi mikol kepada konsumen. Malahan yang lebih berbahaya itu adalah pedagang kecil yang memproduksi mikol secara illegal tanpa diawasi oleh BPOM dan Cukai bisa bebas memasarkan produk tersebut ini yang lebih bahaya, kalau produk kita harus diuji lab terlebih dahulu, dicek BPOM dan distribusinya diawasi oleh Bea Cukai juga, jadi tidak akan membuat masyarakat menjadi peminum dengan adanya pabrik dilingkungan atau kawasan rumahnya. Sebisa mungkin kita disini bisa membuat perputaran uang terjadi dimasyarakat melalui pembukaan lapangan kerja kepada masyarakat yang ada disekitar pabrik”.

Dapat disimpulkan dari pemaparan Manajemen PT Lovina, bahwa dengan adanya pabrik mikol PT Lovina dilingkungan masyarakat Desa Banyuning tidaklah membawa dampak negatif kepada masyarakat, namun pabrik PT Lovina sebisa mungkin berusaha agar bisa bermanfaat dimasyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan budayanya. Secara teoritis, adaptasi budaya dalam konteks modernitas dan globalisasi yang diterapkan oleh PT Lovina Beach Brewery Tbk dapat dilihat melalui konsep glocalisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Robertson (1995). Glocalisasi merujuk pada proses di mana produk atau ide lokal disesuaikan dengan konteks global tanpa kehilangan identitas aslinya. Glocalisasi sering diartikan sebagai *"think globally, act locally,"* yang dianggap sebagai strategi potensial untuk pembangunan berkelanjutan di masa depan.

Selain aspek Sosial dan Budaya pengaruh Agama Hindu sangat terasa dalam kegiatan sosial dan ekonomi di Bali, termasuk dalam industri minuman beralkohol. Agama Hindu di Bali sangat terintegrasi dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, sehingga praktik bisnis juga perlu menyesuaikan diri dengan nilai-nilai dan tradisi yang berlaku di masyarakat setempat. Hal ini disampaikan oleh Manajemen Perusahaan sebagai berikut:

“Kita dalam kegiatan usaha perusahaan terutama di pabrik yang berlokasi di Buleleng Bali selalu memperhatikan aspek Agama Hindu dalam kegiatan operasional”

Hal senada disampaikan oleh karyawan pabrik yang juga sebagai pemuka agama (*pemangku*) sebagai berikut:

“...Nggih Pak, selama *tiang* (saya) berkeja disini *tiang* sering menjadi *pemangku* yang memimpin upacara *Dewa Yadnya* yang dilakukan di pabrik, seperti *odalan*, *tumpek landep*, *galungan dan kuningan*, dan upacara lainnya pak. Secara niskala juga disini kan pabrik mikol ya pak, jadi *Bhuta Kala* (Makhluk Astral) suka diam disini pak, makanya dalam hindu kita sering menggunakan Arak dalam ritual upacara sebagai persembahan kepada *Butha Kala* agar tidak mengganggu kita dalam kegiatan disini pak. Jika kita tidak menghormati mereka makan akan diganggu kelancaran produksi disini pak, sebagai umat beragama yang percaya dengan kehidupan lain selain kehidupan di *sekala* saya selaku *pemangku* juga selalu memperingati staff disini agar saling menghormati sesama makhluk ciptaan tuhan baik secara *sekala* dan *niskala* pak”.

Dari paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa memproduksi minuman beralkohol secara kepercayaan masyarakat Hindu Bali erat kaitannya dengan aspek spiritual seperti makhluk *Butha Kala* oleh karenanya diperlukan beberapa upacara menurut Hindu yang bisa menjaga hubungan yang harmonis. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wariati (2018) bahwa minuman beralkohol memiliki peran dalam ajaran *Sekta Bhairawa*, yang jejaknya masih dapat ditemukan saat ini. Ajaran *Bhairawa*, yang bersifat *tantrayana*, menawarkan gambaran mengenai jalan menuju *moksha* atau pencerahan. Keberadaan ajaran *Bhairawa* juga tampak dalam penggunaan minuman keras dalam upacara adat Bali. Dalam ritual seperti tabuh, minuman keras seperti arak, berem, tuak, dan air memiliki peranan penting, di mana minuman keras sering dituang terakhir. Dalam praktik religius Bali, minuman keras digunakan dalam persembahan kepada para *Bhuta Kala*, dan pemujaan Durga juga melibatkan minuman keras. Beberapa ritual, seperti caru dan pembuatan *lawar* (makanan khas Bali yang menggunakan daging mentah dan darah) mencerminkan ajaran *Bhairawa*. Ajaran ini bahkan tercermin dalam ayat *Mahanirvana Tantra* yang menginstruksikan untuk minum terus-menerus hingga jatuh dan kemudian berdiri lagi, sebagai cara untuk mencapai kebebasan dari kelahiran kembali (*moksha*). Berdasarkan hal tersebut, penggunaan minuman beralkohol dalam konteks ini dianggap sebagai media untuk mencapai kelepasan, sebagaimana diuraikan dalam Kitab Kali Mantra (Putra, 2023).

Dengan memahami konteks ini, PT Lovina tidak hanya berfungsi sebagai produsen komersial, tetapi juga sebagai penyedia komponen yang esensial bagi tradisi religius lokal. Keberadaan mereka mendukung keberlanjutan tradisi ini, yang pada akhirnya memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat lokal. Hubungan yang baik ini menciptakan suasana yang kondusif bagi operasional perusahaan dan memungkinkan PT Lovina untuk berkembang dalam lingkungan yang harmonis. Hal serupa juga disampaikan dalam studi yang dilakukan oleh Jayendra dkk (2023) menyatakan bahwa perusahaan yang menghormati tradisi lokal dan menjalankan operasional dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan budaya setempat cenderung mendapatkan dukungan yang lebih kuat dari masyarakat. Hal ini sangat

relevan bagi PT Lovina, yang tidak hanya dihormati sebagai entitas bisnis tetapi juga sebagai bagian dari struktur sosial dan budaya lokal.

Motif Initial Public Offering (IPO) PT Lovina Beach Brewery Tbk

Motif perusahaan melakukan IPO tidak hanya terbatas pada satu aspek, melainkan mencakup berbagai faktor seperti pendanaan, likuiditas, peningkatan reputasi, perbaikan tata kelola, serta pertumbuhan strategis jangka panjang. Menurut Armansyah (2015) Motivasi perusahaan untuk melakukan penawaran umum perdana (IPO) bervariasi di setiap negara, tergantung pada kondisi ekonomi, perbedaan institusi, perkembangan pasar modal, dan peraturan yang berlaku di masing-masing negara. Dalam penelitian ini akan mengkaji motif yang melatarbelakangi PT Lovina Beach Brewery Tbk dalam melakukan IPO.

Motif Pendanaan (Funding Motives)

Salah satu motif utama perusahaan melakukan IPO adalah untuk memperoleh tambahan modal guna membiayai ekspansi usaha atau meningkatkan kemampuan operasional. Hal ini disampaikan oleh Manajemen Finansial perusahaan dalam wawancara sebagai berikut:

“Tujuan IPO kita adalah untuk memperoleh tambahan modal guna melakukan ekspansi bisnis dan peningkatan kapasitas produksi yang kita miliki. Hal ini kita lakukan karena melihat potensi perusahaan yang dengan kapasitas produksi yang cukup besar dan ijin produksi yang sudah lengkap”.

Paparan diatas sejalan dengan penelitian dari Ritter, J. R., & Welch, I. (2002) yang menyampaikann sebagai berikut:

“One of the primary motivations for firms to undertake an IPO rather than rely on bank loans is the ability to access capital without incurring additional debt. This capital structure adjustment reduces financial leverage and spreads risk, providing firms with greater flexibility to pursue growth opportunities and manage operational challenges”.

Terjemahan:

“Salah satu motivasi utama bagi perusahaan untuk melakukan IPO daripada mengandalkan pinjaman bank adalah kemampuan untuk mengakses modal tanpa menambah utang. Penyesuaian struktur modal ini mengurangi *leverage* finansial dan menyebarkan risiko, memberikan fleksibilitas lebih besar bagi perusahaan untuk mengejar peluang pertumbuhan dan mengelola tantangan operasional”.

Rencana penggunaan dana IPO PT Lovina Beach Brewery Tbk juga disampaikan dalam laporan prospektus perusahaan. Sekitar 62,08% dari total dana akan disuntikkan sebagai modal tambahan ke anak perusahaan, PT Lovina Industri Sukses. Dari jumlah ini, 18,11% akan dialokasikan untuk kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D) yang bertujuan untuk mengembangkan produk baru, termasuk pelatihan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan produk dan proses produksi, serta pengembangan tim penjualan dan pemasaran. Selain itu, 42,26% dari dana ini akan digunakan untuk pembelian mesin dan peralatan produksi seperti Mesin *Canning*, *Tangki Fermentor*, dan *Tangki Brite Beer*, yang diperlukan untuk produksi bir dan spirit. Saat ini, perusahaan sedang dalam tahap pemilihan vendor untuk pembelian peralatan tersebut, dan vendor yang dipilih tidak memiliki afiliasi dengan perusahaan. Kemudian, sebesar 39,63% akan dialokasikan untuk biaya operasional dan modal kerja, termasuk pembelian bahan baku, biaya lembur, pemeliharaan gedung dan peralatan. Sisa dana dari IPO akan digunakan oleh perusahaan untuk kebutuhan modal kerja lainnya, seperti mendanai program pemasaran guna meningkatkan kesadaran merek melalui acara, *merchandise*, *sponsorship*, serta kegiatan di media sosial. Dana tersebut juga akan digunakan untuk biaya distribusi, pemeliharaan kendaraan, dan gaji karyawan. Adapun dana yang diperoleh dari pelaksanaan Waran Seri I, perusahaan akan mengalokasikan sekitar 40% untuk modal kerja, termasuk pemasaran, distribusi, dan kebutuhan operasional lainnya. Sementara itu, sekitar 60% akan disuntikkan ke anak perusahaan, PT Lovina Industri Sukses, sebagai modal kerja yang mencakup pembelian bahan baku, biaya lembur, serta pemeliharaan gedung dan peralatan (Bursa Efek Indonesia, 2023).

Funding motive merupakan salah satu alasan utama bagi perusahaan untuk melakukan IPO. Dalam konteks PT Lovina Beach Brewery Tbk IPO dilakukan untuk memperoleh tambahan modal yang akan digunakan untuk ekspansi usaha, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengurangi ketergantungan pada pinjaman. Melalui IPO, perusahaan dapat mengakses modal tanpa menambah kewajiban utang, yang pada akhirnya mengurangi risiko finansial dan memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam pengelolaan keuangan. Sejalan dengan temuan Ritter dan Welch (2002) yang menyatakan bahwa IPO menawarkan keuntungan dalam hal pengurangan *leverage* finansial dan penyebaran risiko, PT Lovina Beach Brewery Tbk telah merencanakan alokasi dana IPO untuk memperluas kapasitas produksi, mendukung riset dan pengembangan, serta mengelola modal kerja secara efektif. Kondisi ini sejalan dengan penelitian dari Ramadani (2020) menyatakan perusahaan yang melakukan IPO cenderung mengalami peningkatan yang

signifikan dalam likuiditas, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang investasi dan ekspansi yang sebelumnya tidak dapat diakses dengan keterbatasan modal internal.

Motif Peningkatan Gengsi

Industri minuman beralkohol memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan industri makanan dan minuman lainnya. Hal ini disampaikan oleh *Master Blender* perusahaan dalam wawancara sebagai berikut:

“Jadi industri mikol ini agak berbeda pak, pertama memang harus kita memperhatikan rasa, kualitas, dan penampilan dari sebuah produk. Namun yang kedua kita juga harus memperhatikan *branding* produk itu sendiri, *branding* ini bisa dibangun dengan berbagai cara bisa dari membangun *brand* dari sejarah perusahaan ini berdiri, bisa dari sejarah atau nama si pembuat, bisa dari sejarah minuman ini diproduksi atau bagaimana proses pembuatannya dan masih banyak lagi cara untuk meningkatkan nilai jual minuman beralkohol. Karena terkadang tidak semua orang yang membeli produk minuman beralkohol akan meminumnya tapi bisa digunakan sebagai sebuah pajangan, koleksi, dan cinderamata. IPO tentu bisa memberikan nilai tambah pada minuman beralkohol, dalam IPO kita bisa memberikan nilai sejarah bagaimana perusahaan ini berdiri dan bagaimana produk ini dibuat pak”

Penjelasan diatas memberikan pandangan bahwa minuman alkohol memiliki pasar yang unik dan sedikit berbeda dengan produk lainnya. Menurut Tourky et al., (2021) menyatakan bahwa Industri minuman beralkohol sangat dipengaruhi oleh citra dan *branding* produk, karena selain kualitas produk, konsumen sering kali tertarik pada cerita dan sejarah yang ada di balik produk tersebut. *Branding* yang kuat, terutama dalam sektor premium, dapat meningkatkan harga produk jauh di atas biaya produksi. Selain dari sisi produk IPO juga memberi nilai tambah bagi sisi perusahaan, hal ini disampaikan oleh Manajemen Operasional Perusahaan sebagai berikut:

“Dengan IPO selain untuk tujuannya memperoleh modal tambahan ya agar nama *brand* kita diketahui oleh publik, bahwa kita adalah perusahaan mikol lokal yang memiliki berbagai varian produk yang tidak kalah bagusnya minuman impor. Setelah IPO perusahaan kita juga jadi bisa disandingkan dengan perusahaan lain atau kompetitor yang sudah IPO juga pada waktu itu tahun 2023 ada tiga perusahaan mikol yang IPO seperti BEER, WINE, dan salah satunya kita”.

Dalam kajian akademis, IPO sering dikaitkan dengan peningkatan reputasi perusahaan. IPO dapat meningkatkan *visibilitas* perusahaan tidak hanya di kalangan investor tetapi juga di masyarakat umum. IPO dianggap sebagai simbol keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan hingga mencapai tingkat yang cukup stabil dan layak untuk dipublikasikan (Ramadani, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Susanto dan Wijaya (2020) yang menemukan bahwa IPO dapat memperkuat *branding* perusahaan melalui peningkatan *visibilitas* dan kredibilitas di pasar.

Teori legitimasi dari Habermas (1987) dapat menjelaskan bagaimana perusahaan mungkin mencari pengakuan atau validasi sosial melalui proses IPO. Pertama yaitu konsensus rasional dan tindakan komunikatif, Habermas menekankan bahwa legitimasi dicapai melalui konsensus yang didasarkan pada dialog terbuka dan bebas paksaan. PT Lovina Beach Brewery Tbk melihat IPO sebagai cara untuk menunjukkan kepada publik dan pemangku kepentingan bahwa mereka adalah perusahaan yang terbuka, patuh pada regulasi, dan profesional. Proses ini dapat dianggap sebagai upaya untuk memperoleh legitimasi sosial dan ekonomi melalui “komunikasi” dengan masyarakat, yang memungkinkan terciptanya rasa percaya publik terhadap perusahaan. Kedua ruang publik dan gengsi, Habermas menekankan ruang publik sebagai wadah komunikasi bebas di mana legitimasi dapat terbentuk. Dengan *go public*, PT Lovina memasuki “ruang publik” dalam arti ekonomi dan sosial, di mana mereka terlibat dalam diskusi terbuka dengan investor, pelanggan, dan publik luas. Dalam konteks ini, IPO bisa menjadi langkah strategis yang memberikan mereka legitimasi lebih tinggi karena publik kini dapat mengakses dan mengawasi informasi keuangan serta kinerja perusahaan, menjadikan gengsi sebagai motivasi yang mendapatkan justifikasi sosial. Penelitian oleh Adinugroho (2022) menjelaskan bahwa perusahaan yang *go public* dianggap lebih transparan dan memiliki komitmen yang lebih tinggi terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang baik.

Paparan diatas memberikan gambaran bahwa dalam industri minuman alkohol IPO tidak hanya berfungsi sebagai strategi finansial tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. IPO memberikan *platform* untuk meningkatkan *visibilitas* merek, mengaitkan produk dengan nilai historis dan simbolis, serta mengundang perhatian dari komunitas premium. Selain itu, proses IPO memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap tata kelola yang baik, meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Motif Bersinergi dengan *Sister Company*

Motif yang diklasifikasikan oleh Alex Sobur (2003) sebagai motif *sosiogenetis*, yaitu kebutuhan yang timbul karena interaksi sosial, bisa diterapkan pada PT Lovina yang memiliki *sister company* yang sudah lebih dulu IPO. Pengalaman *sister company* ini menjadi pengaruh penting bagi PT Lovina untuk mengikuti jejak serupa. Dengan demikian, keputusan untuk melakukan IPO juga didorong oleh faktor eksternal, yakni pencapaian yang telah diraih oleh *sister company* tersebut, sehingga menjadi pembelajaran dan dorongan untuk langkah serupa.

PT Lovina Beach Brewery Tbk merupakan bagian dari Group dengan nama PAM Group. PAM Group memiliki beberapa bidang sektor usaha seperti pertambangan, *property* dan *real estate*, restoran, pendidikan, teknologi digital, kesehatan, dan industri minuman yaitu PT Lovina Beach Brewery Tbk. PT Lovina Beach Brewery bukanlah satu-satunya perusahaan dalam group yang sudah berhasil IPO di Bursa Efek Indonesia, namun PT Lovina memiliki *sister company* yang sudah terlebih dahulu tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Bima Sakti Pertiwi Tbk. (PAMG), PT Karya Bersama Anugerah Tbk. (KBAG), PT PAM Mineral Tbk. (NICKL) dan PT Wulandari Bangun Laksana Tbk. (BSBK).

Saat perusahaan dalam grup melakukan IPO salah satu motif strategis yang penting adalah membangun sinergi dengan perusahaan afiliasi yang sudah lebih dulu *go public*. Sinergi ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dan grup secara keseluruhan, baik dari segi finansial, operasional, maupun manajerial. Hal ini disampaikan oleh Manajemen Perusahaan sebagai berikut:

“Kita memiliki group yang kompeten, *head office* kita memiliki team yang kompeten untuk membantu kita dalam proses IPO. Auditor eksternal melakukan *review* terhadap laporan keuangan. Dengan berhasilnya IPO kita bisa menambah list perusahaan yang sudah IPO didalam PAM Group dan akan memberikan nilai tambah kepada PAM Group sebagai satu kesatuan”.

Hal ini juga disampaikan dalam visi misi group perusahaan sebagai berikut:

“*To be Asia’s most trusted company through our diversified businesses in various industries, delivering the best quality through our services and products for a brighter future*” (Pamgroup, 2024).

Visi Pam Group mencerminkan aspirasi perusahaan untuk menjadi yang paling dipercaya di Asia, dengan fokus pada diversifikasi bisnis di berbagai industri. Saat perusahaan dalam grup melakukan IPO, salah satu motif strategis yang penting adalah membangun sinergi dengan perusahaan afiliasi yang sudah lebih dulu *go public*. Sinergi ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dan grup secara keseluruhan, baik dari segi finansial, operasional, maupun manajerial.

Keuntungan Pertama yaitu akses ke pasar modal yang lebih mudah, Perusahaan afiliasi yang sudah IPO memiliki akses ke pasar modal yang lebih baik. Hal ini berarti perusahaan dalam grup yang baru *go public* bisa memanfaatkan jalur yang sudah terbuka melalui reputasi perusahaan afiliasi untuk mendapatkan modal dengan biaya yang lebih rendah. Perusahaan yang sudah *go public* sering kali memiliki akses lebih cepat ke ekuitas baru, pinjaman, atau bahkan penerbitan obligasi. Menurut Aji dkk, (2023) akses ke pasar modal yang lebih luas memungkinkan perusahaan yang baru IPO untuk memanfaatkan kepercayaan yang telah dibangun oleh afiliasi yang sudah lebih dulu *go public*, yang pada gilirannya mengurangi biaya modal mereka dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wang, X. A *et al.*, (2019) yang menjelaskan bahwa afiliasi dengan kelompok bisnis dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan IPO, terutama melalui modal institusional unik yang dimiliki kelompok bisnis, seperti modal politik, modal relasional, dan modal reputasi. Strategi diversifikasi produk perusahaan yang berafiliasi dengan kelompok bisnis dapat mempengaruhi pandangan investor, dan bagaimana modal institusional kelompok bisnis dapat mengurangi atau bahkan mengubah persepsi negatif investor terhadap perusahaan IPO yang sangat terdiversifikasi menjadi lebih positif, sehingga berpengaruh terhadap harga IPO. Hal senada juga disampaikan oleh Khanna & Palepu (2000) dalam penelitiannya yang menyoroti poin-poin utama tentang dampak afiliasi kelompok usaha di pasar negara berkembang, khususnya di India. Penelitiannya mengkaji bagaimana afiliasi dengan kelompok usaha yang terdiversifikasi mempengaruhi kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak terafiliasi, dan hasil dari penelitiannya mendukung ide bahwa afiliasi dengan kelompok yang lebih besar dapat memberikan keuntungan kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya bersama dan mengurangi risiko, sejalan dengan teori pasar modal dan keselarasan strategis.

Keuntungan kedua adalah *Cross-Ownership*. Perusahaan-perusahaan dalam grup ini, melalui *cross-ownership*, memiliki keterkaitan yang erat satu sama lain, memungkinkan mereka untuk saling mendukung dalam strategi bisnis dan pengambilan keputusan yang saling menguntungkan. Misalnya, dengan adanya kepemilikan silang antar perusahaan dalam grup, PT Lovina Beach Brewery Tbk dapat memperkuat hubungan dan kerja sama antara perusahaan dalam grup untuk mencapai tujuan jangka panjang yang lebih besar. Hal ini disampaikan oleh Manajemen Perusahaan sebagai berikut”

“Dengan *Sister Company* akan mempermudah koordinasi dalam satu komando yang sama. Jadi kita bisa bersinergi dengan beberapa perusahaan afiliasi dalam menetapkan sebuah kebijakan untuk mencapai tujuan bersama baik itu secara SOP perusahaan maupun kebijakan finansial”.

Menurut Adinugroho (2022) Praktik ini dapat mempercepat pengambilan keputusan bisnis yang saling menguntungkan dan mengurangi risiko kegagalan karena adanya keberagaman portofolio di berbagai sektor industri yang dimiliki. Dari perspektif pengelolaan dan operasional, keterkaitan antar perusahaan ini mencerminkan konsistensi dalam strategi bisnis. Di pasar modal, pengendalian yang terpusat memberikan keuntungan dalam hal stabilitas manajemen, meskipun juga membawa risiko ketergantungan pada satu entitas pengendali. Meskipun kendali terpusat ini menawarkan stabilitas dan kesinambungan jangka panjang, ada potensi risiko konflik kepentingan jika transparansi dan profesionalisme dalam manajemen tidak dijaga.

4. Simpulan dan saran

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Dalam perjalanan usaha sebuah industri yang bergerak dalam bidang minuman beralkohol seperti PT Lovina Beach Brewery sangat dipengaruhi oleh aspek sosial, budaya, dan agama dimana perusahaan itu berada.
- b. Ditemukan 3 (tiga) motif utama yang melatarbelakangi perusahaan melakukan IPO:
 - 1) Motif Pendanaan: Salah satu alasan utama PT Lovina Beach Brewery Tbk melakukan IPO adalah untuk memperoleh tambahan modal guna mendukung ekspansi usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.
 - 2) Motif Peningkatan Gengsi Perusahaan: Industri minuman beralkohol memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan industri lainnya. Selain kualitas produk, *branding*, *history* dan citra perusahaan sangat mempengaruhi daya tarik konsumen.
 - 3) Motif Bersinergi dengan *Sister Company*: melalui struktur kepemilikan silang (*cross-ownership*), PT Lovina Beach Brewery Tbk dapat menjalin hubungan yang erat dengan afiliasi lainnya dalam grup yang sudah lebih dahulu IPO. Dengan memiliki kepemilikan saham di afiliasi lain yang sudah terdaftar di BEI, PT Lovina dapat memperluas jaringan, meningkatkan integritas operasional, serta menciptakan kolaborasi yang lebih strategis dalam mencapai tujuan grup.

Saran

Untuk manajemen PT Lovina Beach Brewery diharapkan dapat lebih mengoptimalkan realisasi dana hasil IPO untuk mendukung ekspansi usaha dan pengembangan kapasitas produksi yang strategis sesuai dengan tujuan yang disampaikan dalam visi misi dan prospektus perusahaan.

Penelitian selanjutnya bisa memperkaya wawasan dengan melibatkan sudut pandang eksternal atau pihak pemerintah terkait regulasi dan keberlanjutan industri mikol. Selain itu peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan lain seperti kuantitatif dalam meneliti dampak IPO terhadap kinerja perusahaan. Pendekatan ini akan memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai hubungan antara IPO, kinerja keuangan, dan dampaknya terhadap pertumbuhan perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sebagian besar bergantung pada wawancara dengan pihak internal perusahaan, sehingga pandangan yang diperoleh lebih terbatas pada perspektif internal dan operasional perusahaan. Penelitian selanjutnya bisa memperkaya wawasan dengan melibatkan sudut pandang dari investor, masyarakat sekitar, auditor eksternal, atau pihak pemerintah terkait regulasi dan keberlanjutan industri mikol.

Daftar Rujukan

Adinugroho, H. Y. (2022). Analisis Perbandingan Sebelum Dan Sesudah *Initial Public Offering* (IPO) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pt. Aneka Gas Industri Tbk (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Aji, G., Febrianti, E., Karima, D. A., Iqbal, A. D., & Setiani, N. E. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada PT Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 49-59.
- Alex, Sobur. 2003. Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia.
- Amalia, R., Kharisma, A. N., & Firmansyah, A. (2024). Pengungkapan Aspek Sosial Sesuai Standar GRI 400 Versus Kepercayaan Pemangku Kepentingan. *Akuntansiku*, 3(3), 145-156.
- Armansyah, R. F. (2015). Pengaruh motif IPO dan total aset emiten terhadap *herding behavior* pada pasar modal Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 83-94.
- Berg, L. dkk. (2014). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. London: Pearson
- Bursa Efek Indonesia. (2024). Staticdata. Diakses tanggal 19 Januari 2024 dari <https://idx.co.id>
- Dianita, M., Hadian, N., & Prayitno, Y. H. (2024). Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah IPO Pada Perusahaan *Go Public* Di BEI. *Owner*, 8(2), 1522-1527. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1976>
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action, Volume 1: Reason and the Rationalization of Society*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action, Volume 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston: Beacon Press.
- Jayendra, I. B. G., Surata, I. K., & Utama, I. P. (2023). Implementasi SDGS'S dan *Tri Hita Karana* dalam Pemenuhan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Hotel Berbintang di Badung. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 6(2), 108-113.
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling, 1976, "Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, Vol.3, pp.305-360.
- Lovina Beach Brewery. About Lovina Beach Brewery. Diakses tanggal 19 Januari 2024 dari <https://lovinabeachbrewery.com/>
- Pergub No. 1 Tahun 2020. (2020). Peraturan Gubernur Bali Nomor 1 Tahun 2020 tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi Dan/atau Destilasi Khas Bali. <https://jdih.baliprov.go.id/>
- Perpres No 10 Tahun 2021. (2021). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Bidang Usaha Penanaman Modal. <https://peraturan.bpk.go.id>
- PMK No. 160 Tahun 2023. (2023). PMK 160 Tahun 2023 tentang Tarif Cukai Etil Alkohol, Minuman yang Mengandung Etil Alkohol, dan Konsentrat yang Mengandung Etil Alkohol. <https://jdih.kemenkeu.go.id/>
- Raharja, R. T. (2023). Analisis emiten minuman alkohol, siapa yang menonjol?. Stockbit. Diperoleh pada 05 September 2024, dari <https://snips.stockbit.com/unboxing/analisis-emiten-minuman-alkohol-siapa-yang-menonjol>
- Ramadani, L. A. (2020). *Oversubscribed, undersubscribed, dan Initial Public Offering (IPO) saham Syariah di Indonesia: (Studi kasus pada Bursa Efek Indonesia)*. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 2(1), 51-61.
- Saputra, I. W. K. A., & Darmawan, N. A. S. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Tradisional Arak di Desa Tri Eka Buana, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karaasem. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(04), 1153-1163.
- Solikin, A. (2021). Peran Industri Minuman Beralkohol Dalam Perekonomian Indonesia: Analisis *Input-Output*. *Jurnal Perspektif Bea dan Cukai*, 5(2), 203-217.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Tourky, M., Alwi, S. F. S., Kitchen, P., Melewar, T. C., & Shaalan, A. (2020). *New conceptualization and measurement of corporate identity: Evidence from UK food and beverage industry*. *Journal of Business Research*, 109, 595-606.

- Welch, I., & Ritter, J. (2002). *A review of IPO activity, pricing and allocations* (Yale ICF Working Paper No. 02-01). Yale School of Management; University of Florida. Diakses di <http://papers.ssrn.com/abstract=296393>
- Irwansyah, M.R. (2018). *Ekonomi Moneter*. Singaraja: Istiqlal Publishing Group
- Irwansyah, M. R. & Dharmayasa, I. P. A. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Menyebabkan Kredit Macet di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Kecamatan X. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), pp. 11-22.
- Irwansyah, M. R. & Tripalupi, L. E. (2019). *Entrepreneurship Forming Through Entrepreneur Education*. Paris, Atlantis Press.
- Wang, X. A., Wan, W. P., & Yiu, D. W. (2019). Product diversification strategy, business group affiliation, and IPO underpricing: A study of Chinese firms. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(2), 179-198.
- Khanna, T., & Palepu, K. (2000). Is group affiliation profitable in emerging markets? An analysis of diversified Indian business groups. *The journal of finance*, 55(2), 867-891.