

Kajian Literatur: Analisis Implikasi Rasio Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Strategi Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan Sektor Kuliner

Vika Wulandari¹, Nazhira Harghea Zaliani^{2*}, Eko Edy Susanto³

¹⁻³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia
Email: ¹vikaawulandari565@gmail.com, ²geazaliani@gmail.com, ³ekoedye@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menguji implikasi manajerial dari rasio likuiditas dan profitabilitas terhadap kapasitas eksekusi strategi pemasaran digital serta pengembangan variasi produk dalam mendorong loyalitas pelanggan di sektor makanan dan minuman. Metodologi yang digunakan adalah kajian literatur kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mengevaluasi 30 artikel peer-reviewed mengenai kinerja keuangan sektor kuliner dan mengintegrasikan data sekunder komparatif dari PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY) dan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ). Hasil sintesis menunjukkan bahwa tingkat likuiditas yang sehat memberikan fleksibilitas modal kerja bagi manajemen untuk membiayai variasi menu baru dan penetrasi digital marketing. Sebaliknya, loyalitas pelanggan yang terbentuk dari strategi pemasaran yang efektif menjadi motor penggerak utama dalam mengoptimalkan rasio profitabilitas perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Likuiditas; Profitabilitas; Variasi Produk; Digital Marketing; Sektor Kuliner

Abstract—This study aims to examine the managerial implications of liquidity and profitability ratios on the execution capacity of digital marketing strategies and product variation development in driving customer loyalty within the food and beverage sector. The methodology employed is a qualitative literature review using a descriptive approach, evaluating 30 peer-reviewed articles on culinary sector financial performance and integrating comparative secondary data from PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY) and PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ). The synthesis reveals that healthy liquidity levels provide working capital flexibility for management to fund new menu variations and digital marketing penetration. Conversely, customer loyalty built through effective marketing strategies serves as the primary driver for optimizing the company's profitability ratios sustainably.

Keywords: Liquidity; Profitability; Product Variation; Digital Marketing; Food and Beverage Sector

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi digital dan dinamika ekonomi yang cepat, persaingan di dunia usaha, khususnya pada sektor kuliner (*food and beverages*), menjadi semakin ketat. Kondisi perekonomian yang fluktuatif menuntut para pelaku usaha untuk terus meningkatkan strategi manajemen mereka demi kelangsungan hidup bisnis, keberlanjutan pendapatan, serta pencapaian keunggulan kompetitif jangka panjang (Ningsih, 2024; Purba et al., 2025). Dalam konteks manajemen bisnis kuliner, posisi keuangan perusahaan yang tercermin melalui laporan keuangan tidak dapat dipisahkan dari eksekusi strategi pemasaran di lapangan. Penilaian terhadap kinerja operasional sangat penting bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti pemilik bisnis, manajemen, dan investor untuk memahami stabilitas omzet harian dan potensi pertumbuhan usaha di masa depan (Anggraeni & Subardjo, 2020; Devi et al., 2023).

Dua instrumen utama dalam analisis laporan keuangan yang sering digunakan sebagai tolok ukur kapasitas strategis manajemen adalah rasio likuiditas dan rasio profitabilitas. Likuiditas mencerminkan efisiensi ketersediaan modal kerja harian yang krusial untuk membiayai kelengkapan lini menu, pilihan ukuran, rasa, dan inovasi variasi produk guna memenuhi kebutuhan selera konsumen yang beragam (Musfitria & Nurfadila, 2025). Sementara itu, profitabilitas menggambarkan hasil akhir dari efektivitas manajemen dalam mengeksplorasi platform digital, media sosial, dan media online guna memperluas jangkauan pasar serta menjalin komunikasi yang interaktif demi membangun loyalitas pelanggan (Zen & Marfinto, 2025; Pradipta et al., 2026).

Meskipun teori manajemen secara umum mengasumsikan bahwa kondisi keuangan yang sehat akan berdampak linear pada keberhasilan strategi pasar, hasil-hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi temuan (*research gap*). Beberapa studi melaporkan bahwa rasio

keuangan yang kuat berpengaruh positif signifikan terhadap kapasitas ekspansi variasi produk dan retensi pelanggan (Putri et al., 2025; Rahayu, 2025). Namun, penelitian lain justru menemukan bahwa alokasi modal untuk variasi produk yang terlalu luas tanpa kontrol porsi bahan baku yang tepat berpotensi menurunkan tingkat likuiditas dan memicu inefisiensi biaya operasional harian (Yuliana & Widiawati, 2025). Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara indikator laporan keuangan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen bersifat sangat kontekstual. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian literatur yang mendalam untuk menyintesis berbagai hasil penelitian tersebut guna memberikan gambaran komprehensif mengenai konsensus teori dan bukti empiris yang ada.

Rasio Likuiditas dan Kapasitas Variasi Produk: Likuiditas merupakan kemampuan unit usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang tersedia. Dalam perspektif manajemen pemasaran, likuiditas yang memadai bertindak sebagai penyedia modal kerja harian untuk mendanai inovasi rasa, keragaman jenis menu, serta pemeliharaan standar mutu produk secara konsisten (Musfitria & Nurfadila, 2025; Purba et al., 2025).

Rasio Profitabilitas dan Investasi Digital Marketing: Profitabilitas mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan dan pemanfaatan asetnya. Margin keuntungan yang sehat memberikan ruang finansial bagi tim manajemen untuk melakukan investasi pada infrastruktur digital marketing, promosi kreatif di media sosial, serta pengelolaan sistem interaksi konsumen berbasis teknologi informasi (Yuliana & Widiawati, 2025; Zen & Marfinto, 2025).

Loyalitas Pelanggan sebagai Penggerak Nilai Perusahaan: Loyalitas pelanggan ditunjukkan melalui pembelian ulang secara konsisten dan ketahanan terhadap bujukan merek pesaing. Dari sudut pandang keuangan manajemen, tingginya retensi loyalitas pelanggan secara langsung akan mengamankan stabilitas arus kas masuk, menekan biaya retensi, dan pada akhirnya mengoptimalkan kinerja laba bersih serta nilai investasi jangka panjang perusahaan (Anggraeni & Subardjo, 2020; Pradipta et al., 2026).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah kajian literatur (*literature review*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui penelusuran studi kepustakaan pada database Google Scholar menggunakan kombinasi kata kunci keuangan dan manajemen pemasaran seperti "Rasio Likuiditas", "Profitabilitas", "Variasi Produk", dan "Loyalitas Pelanggan Sektor Kuliner". Dari hasil penelusuran, dipilih 30 artikel ilmiah terakreditasi dari rentang tahun 2020–2026 serta 5 buku referensi utama manajemen keuangan dan pemasaran. Sebagai wujud analisis praktis di industri skala besar, penelitian ini mengintegrasikan data laporan keuangan (*Annual Report*) dari PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY) dan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ) periode 2022-2023 untuk memvalidasi korelasi riil antara pergerakan rasio ALK dengan keberhasilan strategi pasar dan loyalitas konsumen mereka.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Ekstraksi Hasil Studi

Kajian literatur ini merangkum 30 temuan penelitian keuangan terdahulu pada sektor makanan, minuman, dan manufaktur untuk disintesis ke dalam implikasi manajemen strategis operasional dan pemasaran kuliner.

Tabel 1. Descriptive Ekstraksi Hasil Studi Kinerja Keuangan dan Implikasi Manajemen

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
1	Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Pada PT. Garudafood	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Ketersediaan kas yang likuid mendukung keleluasaan manajemen operasional dalam membiayai variasi rasa produk baru tanpa mengganggu perputaran kas harian	(Putri et al., 2025)
2	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan M&M	Perusahaan makanan dan minuman di BEI	Tingkat profitabilitas yang optimal memberikan ruang bagi manajer untuk mengalokasikan anggaran promosi berbasis digital marketing berskala luas.	(Yuliana & Widiawati, 2025)
3	Penggunaan Analisis Rasio Likuiditas dan Profitabilitas untuk Mengukur Kinerja Keuangan	Perusahaan makanan dan minuman di BEI	Tata kelola rasio likuiditas yang stabil menjamin kelancaran pasokan bahan baku segar demi menjaga konsistensi cita rasa dan standar kualitas menu.	(Hasibuan et al., 2024)
4	Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur	Perusahaan manufaktur di BEI	Return profitabilitas yang bernilai positif mencerminkan bahwa loyalitas pelanggan dan volume penjualan di pasar kuliner berjalan secara efisien.	(A. Rahmawati & Nurjanah, 2025)
5	Analisis Rasio Likuiditas dan Profitabilitas dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT. Garuda Food	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk	Fluktuasi profitabilitas bersih entitas kuliner secara konseptual dipicu oleh efektivitas strategi periklanan digital dalam menjaring konsumen baru.	(Zen & Marfinto, 2025)

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
6	Penilaian Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas 2019-2023	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman	Keuntungan atau margin laba yang tinggi mengindikasikan bahwa diversifikasi produk kuliner yang dihadirkan sukses memikat hati pelanggan.	(Pradipta et al., 2026)
7	Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Perusahaan manufaktur industri makanan dan minuman	Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh terhadap kinerja keuangan, solvabilitas tidak.	(Affi & As'ari, 2023)
8	Pengaruh Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Perusahaan food and beverage di BEI	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap ROE, sementara Likuiditas berpengaruh negatif.	(Lestari & Sapari, 2021)
9	Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas terhadap Kinerja Keuangan Sub Sektor Farmasi	Perusahaan manufaktur subsektor farmasi	Rasio Profitabilitas berpengaruh signifikan, sedangkan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap EPS.	(Nuridah & Kusumaningtyas, 2025)
10	Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Terindeks LQ45	Perusahaan manufaktur terindeks LQ45 di BEI	Likuiditas berpengaruh signifikan; setiap kenaikan likuiditas cenderung menurunkan ROE.	(Lusiana & Avriyanti, 2023)

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
11	Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT. Garudafood Periode 2019 - 2024	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Penurunan persentase profitabilitas menuntut manajemen untuk segera mengoptimalkan promosi interaktif via media sosial demi mengembalikan kestabilan omzet.	(Anggia et al., 2025)
12	Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Perusahaan Manufaktur Sektor M&M	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman	Kemampuan mencetak laba secara konsisten menjadi bukti ketahanan merek (brand sustainability) dalam menghadapi gempuran kompetitor kuliner sejenis.	(Ningsih, 2024)
13	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021	Perusahaan manufaktur di BEI	Profitabilitas berdampak signifikan, sedangkan Likuiditas tidak berdampak terhadap kinerja keuangan.	(Febriani et al., 2024)
14	Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Likuiditas Sektor Kesehatan Terdaftar di BEI 2021-2024	Perusahaan sektor kesehatan di BEI	Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial, namun Likuiditas tidak.	(Anggreini et al., 2025)
15	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan	Perusahaan sektor teknologi di BEI	Likuiditas berpengaruh signifikan secara parsial, sementara Profitabilitas tidak signifikan.	(Hutapea & Nurhayaty, 2025)
16	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap	Perusahaan makanan dan	Likuiditas dan Profitabilitas secara parsial dan simultan	(Rahayu, 2025)

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
	Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI	minuman di BEI	berpengaruh signifikan terhadap ROE.	
17	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor M&M	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman	Secara simultan Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	(Pratiwi, 2026)
18	Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Kinerja Keuangan PT. Semen Indonesia	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.	(Anggara & Andhaniwati, 2023)
19	Pengaruh Rasio Likuiditas , Rasio Profitabilitas Dan Rasio Aktivitas PT . Adaro Energy Tbk	PT. Adaro Energy Tbk	Likuiditas dan Profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.	(Ramdhani & Pratiwi, 2023)
20	Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas Sektor Transportasi dan Logistik	Perusahaan sektor transportasi dan logistik	Profitabilitas berpengaruh signifikan, sedangkan Likuiditas tidak menunjukkan pengaruh.	(E. Rahmawati & Rajagukguk, 2026)
21	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas Terhadap Kinerja	Perusahaan pada Indeks LQ 45 di BEI	Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan.	(Zahra et al., 2023)

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
	Keuangan LQ 45			
22	Analisis Laporan Keuangan Menggunakan Rasio Dasar Menilai PT Garudafood Periode 2021-2023	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Fokus pada efisiensi pengelolaan persediaan untuk mendukung profitabilitas yang berkelanjutan.	(Musfitria & Nurfadila, 2025)
23	Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Perusahaan Besi Dan Baja Terdaftar Di BEI 2019-2023	Perusahaan besi dan baja di BEI	Profitabilitas berpengaruh signifikan, sedangkan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap ROE.	(Sandi & Sosrowidigdo, 2024)
24	Pengaruh Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Perusahaan Makanan dan Minuman	PT Indofood CBP, PT Garuda Food, PT Mayora	Pengukuran rasio komparatif membuktikan bahwa ikatan emosional konsumen terhadap produk menjadi penyelamat profitabilitas saat terjadi krisis ekonomi.	(Purba et al., 2025)
25	Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Terdaftar Di BEI	Lima perusahaan terbuka terbesar subsektor makanan & minuman	Ketidakpastian tren keuangan di pasar dapat diredam apabila manajemen jeli memanfaatkan tren digital marketing untuk memasarkan variasi produk berkala.	(Devi et al., 2023)
26	Analisis Kinerja Keuangan PT. Garuda Food Tbk periode 2017-2019	PT. Garudafood Tbk	Memberikan gambaran deskriptif mengenai rata-rata rasio keuangan perusahaan selama tiga tahun.	(Baiti, 2020)

No	Judul	Objek Penelitian	Hasil Ekstraksi Literatur (Sisi Implikasi Manajemen Pemasaran & Operasional)	Penulis dan Tahun
27	Analisis Perbandingan Kinerja Menggunakan Metode Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas	PT Mayora, PT Indofood CBP, PT Garuda Food	PT Mayora Indah Tbk memiliki kinerja likuiditas yang lebih baik dibandingkan pesaingnya.	(Damayanti & Saharany, 2023)
28	Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Fokus pada Rasio Likuiditas dan Profitabilitas	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas memberikan hubungan positif simultan bagi perusahaan.	(Putra et al., 2024)
29	Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas Kasus Sub Sektor M&M	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman	Profitabilitas berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan Likuiditas dan Solvabilitas tidak.	(Atika & Asih, 2024)
30	Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman	Perusahaan makanan dan minuman di BEI	Profitabilitas stabil menarik minat investor jangka panjang, perputaran likuiditas menjaga operasi harian.	(Anggraeni & Subardjo, 2020)

3.2 Analisis Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kesimpulan literatur mengenai pengaruh variasi produk terhadap loyalitas menunjukkan adanya temuan yang beragam. Sebagian besar literatur mendefinisikan variasi produk sebagai senjata utama bagi pelaku kuliner untuk memenuhi kebutuhan pasar yang heterogen. Studi kepustakaan menyimpulkan bahwa ragam pilihan menu yang ditawarkan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan karena mereka memiliki kebebasan memilih sesuai selera. Dalam studi kasus nyata, PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY) membuktikan teori ini dengan meluncurkan variasi rasa yogurt bervariasi serta produk pelengkap seperti Chikuwa dan sosis siap makan. Agresivitas CMRY dalam memperluas variasi produk terbukti mampu mendorong perputaran aset tetapnya yang sangat tinggi mencapai 5,34 kali pada tahun 2023. Sebaliknya, PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ) bertindak sebagai pemain matang yang mempertahankan konsistensi variasi produk susu UHT legendarisnya dengan kestabilan margin bersih yang terjaga di angka 14,08%.

Namun, literatur juga mengingatkan bahwa variasi menu yang berlebihan tanpa adanya manajemen kontrol bahan baku yang ketat justru berpotensi memicu inefisiensi biaya produksi harian.

3.3 Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa implementasi *digital marketing* berpengaruh positif kuat dalam mempertahankan pelanggan di era modern. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti meningkatkan *brand engagement* dan mempercepat konversi penjualan kuliner secara signifikan.

CMRY memanfaatkan strategi ini secara masif melalui kampanye digital bersama *influencer* di media sosial, yang membuat citra produk mereka sangat lekat di benak generasi muda (PER mencapai 30,22 kali mencerminkan ekspektasi pertumbuhan tinggi dari pasar). Di sisi lain, UL TJ mengombinasikan kekuatan jaringan distribusi konvensional mereka dengan kampanye digital bertema gaya hidup sehat yang stabil. Hasil analisis simultan menegaskan bahwa kombinasi antara keunikan ragam produk yang didukung dengan keaktifan promosi digital menjadi kunci utama bagi keberhasilan retensi konsumen jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur terhadap 30 penelitian terdahulu dan analisis komparatif pada industri makanan dan minuman berbasis susu, dapat disimpulkan bahwa variasi produk dan *digital marketing* memegang peranan vital yang saling melengkapi dalam membentuk loyalitas pelanggan. Variasi produk bertindak sebagai pemenuh kepuasan fungsional atas selera konsumen yang dinamis, sedangkan *digital marketing* berperan membangun keterikatan emosional dan aksesibilitas informasi merek secara kontinyu. Bagi pelaku usaha kuliner, direkomendasikan untuk meniru model agresivitas pertumbuhan CMRY jika menasar segmen pasar muda yang dinamis melalui inovasi menu harian, atau menerapkan konsistensi mutu produk dan stabilitas permodalan kokoh seperti UL TJ jika menasar loyalitas jangka panjang konsumen konvensional.

REFERENCES

- Anggraeni, D., & Subardjo, A. (2020). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(8), 1-15.
- Devi, K., et al. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 34-47.
- Musfitria, S., & Nurfadila, A. (2025). Analisis Laporan Keuangan Menggunakan Rasio Dasar Menilai PT Garudafood Periode 2021-2023. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 22-35.
- Ningsih, S. (2024). Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Perusahaan Manufaktur Sektor M&M. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 20(1), 64-78.
- Pradipta, R., et al. (2026). Penilaian Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas 2019-2023. *Jurnal Analisis Laporan Keuangan*, 5(1), 12-27.
- Purba, M., et al. (2025). Pengaruh Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 22(2), 145-159.
- Putri, A., et al. (2025). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Pada PT. Garudafood. *Jurnal Manajemen Strategis*, 7(1), 30-43.
- Rahayu, S. (2025). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Keuangan Universitas Mulia*, 4(2), 88-101.
- Yuliana, T., & Widiawati, E. (2025). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan M&M. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 130-143.
- Zen, F., & Marfinto, H. (2025). Analisis Rasio Likuiditas dan Profitabilitas dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT. Garuda Food. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 7(2), 95-108.