

Eksplorasi Kinerja Keuangan Desa Wisata Berdasarkan Rasio Profitabilitas Dan Pengaruh Dari Inovasi Produk

Umi Nurjanah¹, Fathor AS²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

Email ; 200211100038@student.trunojoyo.ac.id fathor.as@trunojoyo.ac.id

***Abstract** The purpose of this study is to determine the financial performance of tourism villages based on profitability ratios, to analyze the relationship between the company's financial performance and the level of product innovation. The sample in this study is financial statements in a certain period using purposive sampling techniques. This research approach is quantitative with simple profitability ratio and linear regression analysis techniques. Based on the results of the study, during 2022-2023 the profitability of the Kedatim Mangrove Tourism Destination has decreased significantly, and the results of a simple linear regression analysis found no significant effect of product innovation on financial performance.*

***Keywords:** Financial Performance, Profitability Ratios, and Product Innovation*

Abstraks Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja keuangan desa wisata berdasarkan rasio profitabilitas, untuk menganalisis relasi antara kinerja keuangan perusahaan dengan tingkat inovasi produk. Sampel dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan dalam periode tertentu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis rasio profitabilitas dan regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian, selama tahun 2022-2023 profitabilitas Destinasi Wisata Mangrove Kedatim mengalami penurunan yang signifikan, dan hasil analisis regresi linear sederhana tidak menemukan adanya pengaruh signifikan inovasi produk terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Rasio Profitabilitas, dan Inovasi Produk

Pendahuluan

Inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam menjawab berbagai tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan ekonomi (Aidhi et al., 2023). Inovasi berpotensi untuk mendorong perkembangan ekonomi melalui penciptaan produk dan layanan yang baru, peningkatan investasi, serta penciptaan pekerjaan yang lebih banyak. Inovasi dianggap sebagai salah satu elemen kunci dalam meningkatkan kompetitivitas ekonomi, karena dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, serta memberikan sumbangan pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Menciptakan suatu inovasi dan teknologi baru tentu tidaklah mudah dan tentu saja membutuhkan investasi yang cukup signifikan (Wardana, 2018). Suatu inovasi produk dapat diciptakan ketika kinerja keuangan suatu objek dikatakan baik karena dapat memberikan fleksibilitas dalam mengalokasikan anggaran untuk inovasi, menyewa personel tambahan, dan mengambil risiko yang mungkin terlibat dalam pengembangan produk baru.

Untuk mengukur kinerja keuangan suatu usaha, dapat menggunakan rasio keuangan sebagai alat untuk melihat perubahan peningkatan atau penurunan dalam kinerja keuangan usaha tersebut. Terdapat banyak rasio untuk mengetahui kinerja keuangan, salah satunya yaitu rasio profitabilitas. Rasio yang menunjukkan perubahan dalam menghasilkan laba (Agustin, 2020). Analisis keuangan memiliki tujuan utama yaitu untuk menyediakan data kepada para

pengambil keputusan dalam suatu perusahaan. Pengguna informasi keuangan adalah pengambil keputusan yang berkepentingan dengan evaluasi situasi ekonomi perusahaan dan memprediksi arah masa depannya (C, 2019).

Banyak penelitian telah dilakukan terkait hubungan antara inovasi produk dan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian (Padilha & Gomes, 2016) dan (Karabulut, 2015) menemukan adanya hubungan positif antara inovasi produk dengan kinerja keuangan. Terdapat perbedaan dari hasil penelitian tersebut dengan hasil penelitian (Santos et al., 2014) yaitu inovasi produk dan kinerja keuangan tidak memiliki keterkaitan yang relevan atau signifikan dalam konteks ini. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Kandybin, 2009) juga mengatakan bahwa inovasi produk tidak selalu dapat berkontribusi dalam peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian (Mangalisu et al., 2022) dalam meningkatkan profitabilitas masyarakat kemampuan inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu bidang ekonomi yang memiliki peranan signifikan bagi berbagai negara di seluruh dunia. Pariwisata merupakan komoditas kebutuhan yang di butuhkan oleh masing-masing individu, karena dengan aktivitas pariwisata mampu meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan, relaksasi, dan juga pariwisata spiritualisme (Zawawi & Siyadah, 2022). Meningkatkan pariwisata desa adalah langkah untuk mengenalkan potensi-potensi yang dimiliki oleh desa tersebut. Destinasi wisata, baik yang sudah mapan maupun yang baru berkembang, berperan penting dalam meningkatkan pendapatan nasional, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung perkembangan ekonomi lokal. Meskipun begitu, banyak destinasi wisata, terutama yang baru berkembang, sering kali kurang memahami atau kurang memantau kinerja keuangan mereka dengan baik. Salah satunya yaitu Destinasi Wisata Mangrove Kedatim yang berada di Kabupaten Sumenep Pulau Madura.

Penelitian ini sangat penting karena terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu, yaitu dari penggunaan metode populasi dan teknik sampling yang berbeda, serta penambahan indikator dalam variable kinerja keuangan. Dalam penelitian ini lebih terfokus dalam satu objek wisata, sehingga penelitian ini dapat mengetahui sejauh mana inovasi produk berkontribusi pada kinerja keuangan dapat membantu pemangku kepentingan dalam merencanakan investasi yang tepat untuk meningkatkan destinasi tersebut.

Tinjauan Pustaka

Variabel yang digunakan atau Penalaran Konsep

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mencerminkan upaya yang telah dilaksanakan suatu perusahaan dan dapat berfungsi sebagai indikator pencapaian perusahaan dalam menciptakan keuntungan. Oleh karena itu, evaluasi peluang, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik dari perusahaan berdasarkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki dapat dilihat berdasarkan laporan kinerja keuangan. Kesuksesan suatu perusahaan dapat diukur dengan capaian target yang telah ditetapkan sebelumnya. (Marietza & Simbolon, 2021).

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan berbagai metode pengukuran yang tersedia. Analisis rasio merupakan salah satu cara penting untuk menggambarkan keterkaitan antara dua bilangan (C, 2019). Rasio merupakan pedoman atau jalan pintas yang berguna dalam mengevaluasi posisi keuangan dan operasional perusahaan serta membandingkannya dengan tahun-tahun sebelumnya atau dengan perusahaan lain. Alat analisis rasio keuangan yang paling sering digunakan salah satunya adalah rasio profitabilitas, dimana rasio ini menunjukkan efisiensi dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Shaker Sultan, 2014). Kinerja keuangan yang buruk dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk menginvestasikan sumber daya dalam proyek pengembangan dan inovasi yang diperlukan.

Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran untuk mengevaluasi performa suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu dengan mempertimbangkan pendapatan penjualan, aset yang dimiliki, dan modal saham yang ada. Menilai rasio ini dapat menggunakan beberapa metode. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat dievaluasi dengan beragam metode, tergantung pada cara perbandingan antara pendapatan dan aset atau modal yang digunakan (Priatna, 2016). Semakin tinggi rasio profitabilitas mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya (Amanah & Azizah, 2012).

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. ROA (*Return On Assets*), adalah sebuah rasio keuangan guna mengukur efektivitas pemanfaatan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. ROA menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari total aset yang dimiliki. Hal ini mengacu pada hubungan antara laba bersih dan aset. Peningkatan rasio mengacu pada efektivitas perusahaan dalam penggunaan (Robert & Brown, 2004).

- b. ROE (*Return On Equity*), merupakan sebuah rasio keuangan untuk mengukur tingkat pengembalian atau profitabilitas yang diperoleh oleh pemegang saham suatu perusahaan atas modal ekuitas mereka. ROE mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan modal pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini merupakan indikator yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan modal yang diinvestasikan di dalamnya (Lase et al., 2022).
- c. NPM (*Net Profit Margin*), merupakan laba yang tersisa setelah memperhitungkan biaya dan pajak penghasilan dari penjualan. Margin ini menggambarkan perbandingan antara laba bersih dan pendapatan penjualan. Tingginya nilai net profit margin, mencerminkan efisiensi operasi perusahaan yang semakin baik (Wicaksana & Rachman, 2018).

Inovasi Produk

Inovasi adalah penerapan perubahan pada produk, teknologi, proses, produksi, prinsip, struktur, sistem administrasi, rencana, atau program sebagai suatu strategi yang menghasilkan sesuatu yang baru atau diperbaharui. Inovasi melibatkan pembuatan ide-ide baru dengan tujuan mengatasi masalah yang pada akhirnya meningkatkan nilai ekonomis perusahaan dan secara alami, meningkatkan kinerja perusahaan (Marietza & Simbolon, 2021). Inovasi produk merupakan salah satu elemen kunci dalam pertumbuhan dan daya saing perusahaan. Inovasi produk merujuk pada pengembangan atau perubahan produk yang ada, baik dalam hal fitur, desain, teknologi, atau fungsionalitasnya, dengan tujuan meningkatkan daya tarik produk bagi pelanggan atau pasar yang lebih luas. Ini dapat mencakup pengenalan produk baru atau perbaikan signifikan pada produk yang sudah ada. Inovasi produk bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan kualitas, meningkatkan kinerja, atau menghadirkan produk yang lebih inovatif dan kompetitif di pasar.

Hipotesis

H0 : tidak ada pengaruh signifikan dari inovasi produk terhadap kinerja keuangan.

H1 : inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Model Penelitian

Penelitian ini menekankan pada hal-hal yang berkaitan dengan angka atau rumus tertentu dengan menggunakan analisis laporan keuangan berupa rasio profitabilitas yang terdiri dari ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*).

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini sebagai berikut.



Sumber : dikembangkan oleh peneliti

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan yang bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan pada Destinasi Wisata Mangrove Kedatim menggunakan rasio profitabilitas dan menganalisis besarnya pengaruh inovasi produk (*variable independent*) terhadap kinerja keuangan (*variable dependent*) dengan teknik analisis regresi linier sederhana menggunakan alat bantu perangkat lunak SPSS 29 (Ghozali, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan sampel laporan keuangan yang berjumlah 25 laporan dari Destinasi Wisata Mangrove Kedatim.

Berikut merupakan tabel operasional variabel beserta perhitungan indikator dalam penelitian ini.

Variabel	Operasional Variabel	Perhitungan
Inovasi Produk (X)	Sebuah konsep yang mencerminkan upaya dan hasil dari aktivitas destinasi wisata dalam menghasilkan produk baru maupun peningkatan produk/fasilitas yang sudah ada.	$\frac{\text{Biaya inovasi}}{\text{penjualan}}$
Rasio Profitabilitas (Y)	Mengukur keberhasilan destinasi wisata dalam menghasilkan laba.	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} 100\%$ $\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} 100\%$ $\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} 100\%$

Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian.

- 1) Pengambilan data dengan cara observasi lokasi penelitian dan pengambilan data sekunder berupa data keuangan.

2) Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data keuangan menjadi laporan keuangan yang terstruktur.

Dalam penelitian kuantitatif ini, digunakan metode analisis data dengan dukungan alat bantu perangkat lunak SPSS 29 untuk menguji hubungan atau relasi pada variable yang terpilih dengan menunjukkan hasil perhitungan statistiknya.

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Kinerja Keuangan

Penelitian ini dilaksanakan selama bulan September – Oktober 2023 pada Destinasi Wisata Mangrove Kedatim di Kabupaten Sumenep. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa tujuan penelitian ini yang pertama adalah untuk menganalisis kinerja keuangan Destinasi Wisata Mangrove Kedatim Kabupaten Sumenep berdasarkan profitabilitasnya selama dua tahun terakhir (2022 - 2023), maka berdasarkan analisis laporan keuangan Destinasi Wisata Mangrove Kedatim Kabupaten Sumenep sebagai berikut :

a) *Return On Asset*

Pada tahun 2022 ROA memiliki rasio sebesar 1,86% namun pada tahun 2023 angkanya turun menjadi 0,87%, sehingga yang terjadi adalah penurunan rasio ROA sebesar 0,99% dan tidak mengalami peningkatan dala rasio ini.

b) *Return On Equity*

Pada tahun 2022 ROE memiliki rasio sebesar 23,34% namun pada tahun 2023 angkanya turun menjadi 8,29%, sehingga tidak mengalami peningkatan namun terjadi penurunan sebesar 15,05%.

c) *Net Profit Margin*

Pada tahun 2022 NPM memiliki rasio sebesar 55,05%, namun pada tahun 2023 angkanya turun menjadi 38,40%, mengindikasikan penurunan signifikan sebesar 16,65% tanpa adanya peningkatan.

Uji Kelayakan Persamaan

Hasil dari pengujian dalam Tabel multikolinieritas dala lampiran semua angka VIF yang menunjukkan nilai < 10 begitu juga dengan nilai tolerance value > 0.10 , hal tersebut menunjukan bahwa tidak terdapat multikolinieritas, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persamaan layak digunakan karena tidak terdapat multikolinieritas.

Nilai signifikan variabel inovasi Produk > 0.05 dapat dilihat pada Tabel uji heterskedasitas. Dengan demikian dalam model regresi ini, tidak terdapat masalah

heteroskedastisitas yang terjadi. Oleh karenanya, persamaan pada penelitian ini dapat dianggap layak untuk di uji.

Analisis Uji Statistik t

- Variabel X memiliki nilai t hitung $(0,806) < t \text{ table } (1.710)$, artinya Inovasi Produk (X) tidak berpengaruh terhadap ROA (Y).
- Variabel X memiliki nilai t hitung $(0.903) < t \text{ table } (1.710)$, artinya Inovasi Produk (X) tidak berpengaruh terhadap ROE (Y).
- Variabel X memiliki nilai t hitung $(1.045) < t \text{ table } (1.710)$, artinya Inovasi Produk (X) tidak berpengaruh terhadap NPM (Y).

Dengan demikian dalam penelitian ini Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Analisis Uji Hipotesis

Dari hasil analisis regresi mengindikasikan bahwa tingkat korelasi atau hubungan (R) antara Inovasi Produk (X) dengan ROA (Y) memiliki nilai sebesar 0,166. Dalam hasil analisis tersebut, dinyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang mencerminkan besarnya pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan (ROA) memiliki nilai 0,027 setelah dilakukan pengkuadratan pada nilai korelasi (R), yang berarti pengaruh variable independent (Inovasi Produk) terhadap variable dependen (ROA) adalah sebesar 2,7% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variable X. Sedangkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) antara Inovasi Produk (X) dengan ROE (Y) yaitu sebesar 0,185 dan diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,034 yang berarti pengaruh variable independent (Inovasi Produk) terhadap variable dependen (ROE) adalah sebesar 3,4% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variable X. Untuk besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) antara Inovasi Produk (X) dengan NPM (Y) yaitu sebesar 0,213 dan didapat koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,045 yang berarti pengaruh variable independent (Inovasi Produk) terhadap variable dependen (NPM) adalah sebesar 4,5% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variable X.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan rasio profitabilitas Destinasi Wisata Mangrove Kedatim, nilai ROA pada tahun 2022 sebesar 1,86% kemudian pada tahun 2023 sebesar 0,87%; nilai ROE pada tahun 2022 sebesar 23,34% kemudian pada tahun 2023 sebesar 8,29%; dan nilai NPM pada tahun 2022 sebesar 55,05% dan pada tahun 2023 sebesar 38,40%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan Destinasi Wisata Mangrove Kedatim selama 2022-2023 mengalami penurunan baik dari nilai ROA, ROE, maupun NPM. Penurunan kinerja keuangan

ini dikarenakan tingkat pengunjung yang menurun cukup signifikan sehingga penghasilan juga mengalami penurunan. Meskipun telah dilakukan inovasi produk baik berupa produk baru maupun pengembangan fasilitas ternyata tidak mempengaruhi profitabilitas Destinasi Wisata. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Kandybin, 2009) yang mengatakan inovasi produk tidak selalu dapat berkontribusi dalam peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Hasil perhitungan Uji secara parsial tidak menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan Destinasi Wisata Mangrove Kedatim. Temuan tersebut sesuai dengan hasil yang ditemukan dalam beberapa penelitian sebelumnya, termasuk di antaranya penelitian (Mangalisu et al., 2022) yaitu kemampuan inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas masyarakat. Penelitian (Santos et al., 2014) inovasi produk dan kinerja keuangan tidak memiliki keterkaitan yang relevan atau signifikan.

Simpulan

Hasil perhitungan rasio profitabilitas pada Destinasi Wisata Mangrove Kedatim selama tahun 2022-2023 terdapat penurunan yang cukup signifikan. Penurunan rasio tersebut dapat terlihat dari hasil perhitungan ROA, ROE, NPM yang telah dilakukan. Berdasarkan analisis kinerja keuangan yang dilakukan dengan fokus pada rasio profitabilitas, hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh dari inovasi produk terhadap profitabilitas perusahaan tidak signifikan. Meskipun perusahaan telah melakukan upaya inovasi produk, perubahan tersebut belum mencapai dampak yang berarti terhadap hasil keuangan.

Tetap perlu dicatat bahwa inovasi produk mungkin memerlukan waktu yang lebih lama untuk menghasilkan hasil yang nyata, dan objek harus tetap berkomitmen untuk meningkatkan aspek-aspek inovasi mereka. Selain itu, analisis ini dapat menjadi sinyal bagi objek untuk mengevaluasi strategi inovasi mereka, mempertimbangkan ulasan pasar, dan mencari cara-cara baru untuk memperbaiki profitabilitas. Meskipun inovasi produk belum memiliki dampak signifikan pada profitabilitas saat ini, hal ini tidak berarti bahwa inovasi tersebut tidak penting. Inovasi produk dapat tetap menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing perusahaan di pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengidentifikasi peluang inovasi yang sesuai dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengimplementasikannya di masa depan.

Implikasi Manajerial

Meskipun inovasi produk tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan Destinasi Wisata Mangrove Kedatim, tetap harus mempertimbangkan beberapa faktor lain yang dapat

meningkatkan kinerja keuangan. Termasuk upaya untuk mengoptimalkan biaya, meningkatkan efisiensi operasional, atau mempertimbangkan strategi bisnis alternatif. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan pentingnya berfokus pada aspek lain selain inovasi produk dalam upaya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Daftar Pustaka/Referensi

- Agustin, R. R. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas Pada Cv. Jelajah Alam. *Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas Pada Cv. Jelajah Alam, December 2020*, 1–26.
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Amanah, R., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Indeks LQ45 Periode 2008-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 12*(1), 2.
- C, V. R. (2019). An Analysis of Profitability Ratios of Dr Reddy's Laboratories Ltd. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3464351>
- Ghozali, I. (2013). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS* (B. P. U. Diponegoro (ed.); Edisi 7).
- Kandybin, A. (2009). *Which Innovation Efforts Will Pay?*
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355–1364. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.322>
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 254–260.
- Mangalisu, A., Faridah, R., Khaeruddin, Liswahyuni, A., & Arma, R. (2022). DAMPAK PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL UNTUK PENINGKATAN PROFITABILITAS MASYARAKAT DESA PADA PROGRAM WIRA DESA. 11(2). [https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3090724&val=27953&title=DAMPAK PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL UNTUK PENINGKATAN PROFITABILITAS MASYARAKAT DESA PADA PROGRAM WIRA DESA](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3090724&val=27953&title=DAMPAK%20PENGEMBANGAN%20PRODUK%20LOKAL%20UNTUK%20PENINGKATAN%20PROFITABILITAS%20MASYARAKAT%20DESA%20PADA%20PROGRAM%20WIRA%20DESA)
- Marietza, F., & Simbolon, N. K. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Sosial Media Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 283–298. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1388%0Ahttps://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1388>
- Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016). Innovation culture and performance in innovation of products and processes: a study in companies of textile industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285–294. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.09.004>
- Priatna, H. (2016). Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 44–53. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). *INTERNATIONAL FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS*.

1, 1–14.

- Santos, D. F. L; Basso, L. F. C.; Kimura, H.;& Kayo, E. K. (2014). *Innovation efforts and performances of Brazilian firms. Journal of Business Research. 4, 572–535.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.009>
- Shaker Sultan, A. (2014). Financial Statements Analysis -Measurement of Performance and Profitability: Applied Study of Baghdad Soft-Drink Industry. *Research Journal of Finance and Accounting, 5(4), 2222–2847.*
- Wardana, D. (2018). Pengeluaran R&D Dan Financial Sustainability Serta Peran Marketing Performance, Gross Margin, Dan Technological Performance Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen, 22(2), 154.* <https://doi.org/10.24912/jm.v22i2.357>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN RASIO PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PABRIK ROTI TONY BAKERY PARE-PARE. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.* <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Zawawi, & Siyadah, D. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PASIR PUTIH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA DALEGAN PANCENG GRESIK. 04(02).*