

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan wabah penyakit yang disebabkan oleh *2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV)* atau yang sering disebut Virus Corona (Covid-19). Virus corona pertama kali muncul di Kota Wuhan, China pada bulan Desember 2019 yang diduga berasal dari hewan liar yang dijual di pasar *seafood*. Selain itu, virus ini juga menyebar sangat cepat ke negara-negara di dunia. Oleh karena itu, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan penyakit ini sebagai pandemi dunia (Levani et.al., 2021).

Pandemi Virus Wuhan atau yang sekarang lebih dikenal sebagai pandemi Covid-19 masuk ke Korea Selatan mulai pada Januari 2020. Kasus pertama di Korea Selatan tercatat pada 19 Januari 2020 dan dilaporkan ke publik pada 20 Januari 2020. Pasien positif pertama adalah seorang turis wanita berusia 35 tahun yang berasal dari Wuhan, Tiongkok. Saat gejala muncul, virus tersebut terdeteksi di Bandara Incheon dan turis tersebut langsung dibawa ke rumah sakit di Kota Incheon untuk diisolasi dan dirawat. Kasus ini membuat Korea Selatan menaikkan level kewaspadaan dari warna biru (normal) menjadi warna kuning (hati-hati). Pusat Kontrol dan Pencegahan Penyakit Korea Selatan (*Korea Centers for Disease Control and Prevention, KCDC*) pun mulai mengeluarkan berbagai peringatan dan pedoman bagi masyarakat untuk berhati-hati dengan virus baru ini. Pedoman awal tersebut antara lain adalah mencuci tangan selama 30 detik dan menutup mulut dengan lengan baju saat batuk. Dan juga,

bagi masyarakat yang mengunjungi Kota Wuhan dan menunjukkan gejala harus menghubungi KCDC (Theresia, 2021).

Masyarakat Korea Selatan sudah mulai berhati-hati dan sebagian sudah memakai masker semenjak kemunculan pasien positif pertama, tetapi pasien nomor 31 mengubah masyarakat Korea Selatan menjadi sangat waspada terhadap penyebaran virus baru ini. Pasien nomor 31 merupakan seorang wanita berusia 61 tahun yang tinggal di Kota Daegu yang berjarak 237 km dari Kota Seoul. Pasien tersebut merupakan korban kecelakaan lalu lintas pada tanggal 6 Februari dan dirawat di rumah sakit di kota Daegu hingga 17 Februari 2020. Selama dirawat di rumah sakit, pasien tersebut sempat makan di luar bersama dengan teman-temannya serta mengunjungi gereja selama beberapa kali. Pasien ini sempat dites untuk virus corona dan dinyatakan positif per tanggal 18 Februari 2020. Ia sempat mengikuti ibadah besar di gereja Shincheonji dan menulangi umat lain sehingga menjadi *outbreak* atau penyebaran wabah dengan cepat di Kota Daegu. Korea Selatan pun akhirnya menaikkan level kewaspadaan menjadi merah (awas) per tanggal 23 Februari 2020 (Theresia, 2021).

Korea Selatan merupakan negara terbesar kedua dalam hal jumlah kasus yang terkonfirmasi positif Covid-19. Hal tersebut disebabkan karena letak geografis Korea Selatan dengan China berdekatan serta penyebab lainnya karena infeksi komunitas berskala besar (klaster gereja). Hingga pada tanggal 16 Januari 2023 jumlah kasus positif virus corona sebanyak 29,821,035 kasus dan pasien yang meninggal sebanyak 32,984 orang (WHO, 2023).

Pandemi Covid-19 menunjukkan penyebaran yang signifikan cepat dan terus meningkat. Pemerintah Korea Selatan dengan cepat mengeluarkan kebijakan untuk meredam pandemi Covid-19 yang penyebarannya kian meluas, salah satunya kebijakan yang dilakukan pemerintah Korea Selatan yaitu dengan *sosial distancing* (Tuwo, 2020). *Sosial distancing* merupakan tindakan membatasi aktivitas di luar rumah dengan cara bekerja dari rumah atau belajar dari rumah yang pada intinya mengurangi interaksi antar manusia secara langsung.

Dampak dari pandemi Covid-19 ini cukup dirasakan oleh perusahaan-perusahaan di Korea Selatan. Ekonomi Korea Selatan mengalami kontraksi pada kuartal pertama tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan data *Bank of Korea* (BOK), penyusutan ekonomi Korea Selatan mencapai 1,3% pada periode tersebut dibandingkan tiga bulan sebelumnya (CNN Indonesia, 2020). Kemudian, pada kuartal kedua tahun 2020 Korea Selatan kembali mengalami kontraksi sebesar 3,3% (Lidwina, 2020). Sehingga, Korea Selatan merupakan negara yang memasuki resesi teknikal. Meski ekonomi minus dua kuartal dalam basis kuartalan namun dalam basis tahunan ekonomi baru sekali kontraksi. Resesi adalah kontraksi PDB riil dua kuartal berturut-turut.

Namun, disamping itu ada sebagian industri Korea Selatan yang justru di masa pandemi ini mengalami pertumbuhan. Salah satunya yaitu *Cultural Content Industry* Korea Selatan. Menurut Kim (2017), industri konten budaya juga biasa disebut sebagai industri budaya, industri konten, industri kreatif, atau industri media dan hiburan. Industri konten budaya didefinisikan sebagai industri yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi konten budaya: drama, *film*, *games*, animasi dan musik.

Menurut Youngjin (2020), ekspor di sektor industri konten budaya Korea Selatan naik sebesar 16,3% *year on year* pada tahun 2020. Menurut data Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata menyebutkan ekspor industri tersebut mencapai US\$ 11,9 miliar (Rp 170,6 miliar) pada tahun 2020, dibandingkan US\$ 10,25 miliar (Rp 146,9 miliar) pada tahun sebelumnya. Pencapaian tersebut dapat dikatakan luar biasa meningkatkan total ekspor Korea Selatan turun 5,5% secara tahunan pada 2020.

Sedangkan menurut *Invest Korea* (2022), pada tahun 2020, penjualan industri konten budaya Korea mencapai KRW 128,3 triliun, ekspor sebesar USD 11,92 miliar, dan lapangan kerja mencapai 642.000 orang. Tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata selama lima tahun sebelumnya adalah 4,9% dalam penjualan, 18,7% dalam ekspor, dan 0,4% dalam lapangan kerja, menunjukkan peningkatan yang stabil. Berdasarkan industri, penjualan tertinggi ada di industri penyiaran (KRW 22,0 triliun) dan penerbitan (KRW 21,6 triliun). Jumlah ekspor industri *game* mencapai USD 8,19 miliar, menyumbang 44,1% dari ekspor industri konten budaya. Terdapat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Kategori Industri Konten Budaya
Korea Selatan Tahun 2020

Kategori	Jumlah Karyawan	Penjualan (KRW Juta)	Value-added (KRW Juta)	Value-added Rate (%)	Expor (USD 1.000)	Impor (USD 1.000)	Trade Balance (USD 1.000)
Publishing	185,444	21,648,849	8,758,970	40.5	345,960	254,371	91,589
Cartoon	11,230	1,534,444	562,733	36.7	62,715	6,493	56,222
Music	65,464	6,064,748	1,982,931	32.7	679,633	12,146	667,487
Movie	10,497	2,987,075	1,015,512	34.0	54,157	28,330	25,827
Gaming	83,303	18,885,484	8,320,944	44.1	8,193,562	270,794	7,922,768
Animation	5,472	553,290	232,909	42.1	134,532	7,791	126,741
Broadcasting	50,239	21,964,722	7,699,900	35.1	692,790	60,969	631,822
Advertisement	68,888	17,421,750	5,874,614	33.7	119,935	98,672	21,263
Characters	36,505	12,218,076	4,863,779	39.8	715,816	158,420	557,396
Knowledge and Information	93,182	19,373,367	8,686,346	44.8	691,987	9,467	682,520
Content Solutions	31,863	5,635,230	2,546,517	45.2	233,196	13,369	219,827
Total	642,086	128,287,034	50,545,154	39.4	11,924,284	920,822	11,003,462

Sumber: Invest KOREA (2020)

Menurut *Invest Korea* (2020), ada total 10 negara yang memiliki pertumbuhan lebih dari 2% pada pasar konten budayanya. Amerika Serikat, dengan pangsa pasar 3,6%, berada di urutan teratas dalam daftar pasar konten budaya, diikuti oleh China (7,4%), Jepang (2,4%), Jerman (2,1%) dan Inggris (3,3%). AS diperkirakan akan mempertahankan peringkat teratasnya untuk jangka waktu yang cukup lama, tetapi ukuran pasar konten budaya China memiliki pertumbuhan paling tinggi. Korea Selatan memegang 5,8% pangsa pasar konten budaya global. Korea selatan berada di posisi ke-7, setelah Kanada. Walaupun Korea Selatan berada pada posisi ke-7 pada ukuran pasar konten budaya tetapi pertumbuhannya paling tinggi kedua setelah China. Hal ini menjadi perhatian, banyak yang meramalkan bahwa negara tersebut akan mengalahkan negara Amerika Serikat.

Tabel 1.2
Ukuran Pasar Konten Kebudayaan
(dalam USD million)

Rangking	Negara	2017	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
1	US	817	852	886	918	946	973	3.6%
2	China	246	272	294	314	333	351	7.4%
3	Japan	182	186	191	195	200	204	2.4%
4	Germany	103	106	108	111	113	115	2.1%
5	UK	97	101	105	108	111	114	3.3%
6	France	72	74	76	77	79	81	2.2%
7	Korea	57	61	64	68	72	76	5.8%
8	Canada	54	57	59	61	63	65	3.7%
9	Brazil	45	48	51	54	56	59	5.5%
10	Italy	40	42	44	46	48	49	4.1%

Sumber: Invest KOREA (2020)

Menurut Kim (2023), industri konten budaya Korea Selatan merupakan pengaruh dari *Korean Wave* atau *Hallyu*. Saat ini anggota komunitas *Hallyu* di dunia sudah mencapai 150 juta orang. Menurut Putri et.al (2019) *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya populer Korea melalui produk-produk hiburan seperti drama, film, dan musik. Peningkatan ini terjadi karena didorong oleh popularitas global budaya pop Korea Selatan di dunia.

Perusahaan *Cultural Content Industry* terdapat perbedaan yang mungkin terjadi sebelum dan selama pandemi Covid-19. Pada umumnya, keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan eksis tidaknya suatu perusahaan dalam ketatnya persaingan dunia bisnis saat ini. Keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan juga dapat dilihat dari kinerja keuangan. Menurut Kaunang (2013), kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Ratningsih dan Alawiyah (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Sedangkan menurut Muliana dan Haris (2022), kinerja keuangan dapat diartikan sebagai prospek, pertumbuhan serta perkembangan yang baik bagi suatu perusahaan. Dengan adanya informasi terkait kinerja keuangan dapat berguna untuk memprediksi volume produksi berdasarkan sumber daya perusahaan karena memungkinkan dalam mengendalikan perubahan potensial sumber daya ekonomi di masa mendatang.

Salah satu cara untuk menilai kinerja suatu perusahaan dengan melakukan analisis rasio laporan keuangan perusahaan terdiri dari neraca dan laporan laba rugi. Analisis rasio keuangan dapat membantu perusahaan untuk menilai risiko dan peluang dimasa yang akan datang serta dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kinerja keuangan perusahaan apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Rasio keuangan digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio keuangan memiliki hubungan dengan kinerja keuangan perusahaan. Rasio keuangan digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan apakah perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan kinerja keuangannya (Esomar, 2021). Menurut Dewi (2017), rasio keuangan dapat dibagi kedalam empat bentuk umum yang digunakan, yaitu: Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas (*Leverage*), Rasio Profitabilitas dan Rasio Aktivitas.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan mengenai topik permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai

dampak Covid-19 terhadap kinerja keuangan dengan judul “**ANALISIS KINERJA KEUANGAN SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19** (Sensus Pada Perusahaan *Cultural Content Industry* Yang Terdaftar di Bursa Efek Korea Periode 2018-2021)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea sebelum pandemi Covid-19?
2. Bagaimana kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea selama pandemi Covid-19?
3. Bagaimana kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea sebelum dan selama pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea sebelum pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea selama pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan *Cultural Content Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Korea sebelum dan selama pandemi Covid-19.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik untuk pengembangan ilmu maupun praktis, diantaranya:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Bagi kepentingan akademik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan referensi dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada bidang akuntansi dan manajemen keuangan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan kegunaan pada berbagai pihak yaitu:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk menambah pengetahuan serta wawasan tentang investasi internasional.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan tambahan informasi bagi investor, sehingga dapat meminimalisir kemungkinan risiko-risiko yang tidak diharapkan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi yang menjelaskan tentang analisis sebelum dan selama pandemi Covid-19 pada perusahaan Korea Selatan terhadap kinerja keuangan sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan kebijakan perusahaan.

1.5 Lokasi dan Jadwal

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan dilaksanakan pada perusahaan Korea Selatan yang terdaftar di Bursa Efek Korea <https://global.krx.co.kr/main/main.jsp> dan <https://dart.fss.or.kr/dsab007/main.do>.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Juli 2023. Untuk lebih jelasnya, lampiran 1 akan menjelaskan jadwal penelitian.