

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini membuka bisnis merupakan suatu hal yang sangat diminati oleh banyak masyarakat karena adanya perkembangan teknologi dan internet yang dapat memudahkan seseorang untuk memulai sebuah bisnis. Seseorang yang memiliki bisnisnya sendiri disebut sebagai wirausahawan. Menurut Firmansyah & Roosmawarni (2019) wirausahawan merupakan individu yang memiliki keberanian untuk mengembangkan bisnis secara independen dengan mengerahkan segala sumber daya yang dimiliki. Wirausahawan identik dengan sifatnya yang selalu berani untuk mengambil resiko, memiliki semangat yang tinggi, berkemauan keras, berorientasi pada masa depan, dan memiliki keberanian serta kreativitas dalam menghadapi suatu tantangan (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Hal tersebut perlu dimiliki oleh wirausahawan karena seorang wirausahawan seringkali dihadapkan dengan situasi ketidakpastian.

Menurut (Sutrisno, 2022) jumlah kewirausahaan yang ada di Indonesia saat ini sebanyak 3,47% dari total penduduk yang ada. Salah satu bentuk wirausaha yang ada di Indonesia adalah industri kreatif. Menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2008 (dalam Purnomo, 2016) industri kreatif merupakan sebuah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kemakmuran serta lapangan kerja bagi orang lain dengan melakukan pemberdayaan daya kreasi dan daya cipta. Pemerintah Indonesia membagi berbagai jenis pekerjaan di bidang industri kreatif menjadi 15 sub-sektor yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, *fashion*, film & fotografi, *game*, musik, seni pertunjukan, penerbitan & percetakan, teknologi informasi, *broadcasting*, riset & pengembangan, serta kuliner (Purnomo, 2016).

Pada tahun 2021, Indonesia memiliki lebih dari 8,2 juta industri kreatif yang didominasi oleh bisnis *fashion*, kuliner, dan kriya. Sub-sektor industri kreatif seperti animasi, *video*, film, seni pertunjukan dan desain komunikasi visual merupakan sub-sektor yang memiliki pertumbuhan tercepat di antara sub-sektor yang lainnya, hal ini terjadi karena didukung dengan adanya peningkatan teknologi *digital* pada

masyarakat (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Industri kreatif sendiri menurut Liem *et al.* (2021) didominasi oleh mereka yang berusia muda dengan rentang usia 20 tahun hingga 29 tahun dengan perkiraan sebesar 17-23% dari total penduduk di Indonesia. Industri kreatif didominasi oleh para generasi muda karena mereka yang berusia muda cenderung memiliki kreativitas yang tinggi serta memiliki keinginan untuk berinovasi (Venture, 2019). Usia 20 tahun hingga 29 tahun merupakan fase dewasa muda, dimana seseorang akan dihadapkan oleh berbagai tekanan dari lingkungan untuk dapat hidup mandiri baik secara finansial, karir serta tanggung jawab yang lainnya. Sejalan dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (2023) yang menyatakan bahwa umur 20-an merupakan fase seseorang untuk dapat mandiri secara finansial. Fase ini merupakan fase peralihan dari masa remaja menuju ke masa dewasa awal, sehingga untuk dapat melaluinya seseorang perlu untuk gigih demi menggapai keinginannya.

Berdasarkan informasi dalam laporan OPUS Ekonomi Kreatif tahun 2020, sub-sektor ekonomi kreatif telah memberikan sumbangan sebesar Rp1.211 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia sedangkan pada tahun 2017 dan 2018 hanya tercatat sebesar Rp1.000 triliun dan Rp1.105 triliun. Melalui hal tersebut dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah yang cukup tinggi pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2017 dan 2018 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021). Adanya torehan angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara peringkat ketiga yang memiliki sektor ekonomi kreatif terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi yang besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan negara. Didukung dengan hasil penelitian Rahmi (2018) menyatakan bahwa Industri kreatif memberikan dampak positif bagi perekonomian di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan hanya bermodal 40 juta seorang pelaku usaha di bidang industri kreatif dapat menghasilkan keuntungan lebih dari 100 juta serta dapat membuka

lapangan pekerjaan bagi penduduk disekitarnya. Adapun hasil penelitian Rusdi (2022) juga menyatakan bahwa industri kreatif memberikan pengaruh yang positif bagi perekonomian masyarakat sekitar dimana dulunya seorang istri hanya bergantung dengan pendapatan suaminya namun sekarang ia bisa menghasilkan pendapatannya sendiri dan membantu perekonomian keluarganya.

Industri kreatif membawa keuntungan bagi perekonomian bangsa, akan tetapi tidak mudah bagi seseorang untuk membangun suatu bisnis di bidang industri kreatif. Davies dan Sigthorsson (2013) mengungkapkan bahwa, industri kreatif bersifat dinamis dengan terus mengikuti tren dan mengalami perubahan yang begitu cepat. Perkembangan pasar yang dinamis dan pertumbuhan yang pesat dalam industri kreatif menimbulkan tantangan bagi bisnis itu sendiri. Tantangan ini meliputi persaingan yang sengit antara pelaku usaha sejenis di pasar lokal, nasional, dan bahkan internasional. Oleh karena itu, penting bagi setiap industri kreatif untuk memiliki keunggulan dalam berinovasi dan menonjolkan keunikan dalam bisnisnya agar terus dapat bertahan serta memiliki daya tarik tersendiri (Sartika *et al.*, 2022)

Terlihat bahwa seorang wirausahawan di bidang industri kreatif akan menghadapi banyak tantangan, tetapi tantangan-tantangan tersebut akan dapat dilalui apabila seorang wirausahawan memiliki *grit* (Duckworth *et al.*, 2007). *Grit* dapat dikatakan paling sesuai apabila dihubungkan dengan kesuksesan dalam berwirausaha karena *grit* dinilai mampu membantu individu untuk mengatasi tantangan dan hambatan yang seringkali muncul dalam perjalanan berwirausaha (Duckworth *et al.*, 2007). *Grit* didefinisikan oleh Duckworth (2016) sebagai bentuk perilaku seseorang yang selalu bersemangat, gigih, dan tekun terhadap suatu hal yang telah ia mulai. Individu yang memiliki *grit* akan berusaha dan bangkit kembali walaupun mengalami kegagalan berkali-kali. Adanya *grit* juga dapat membantu seseorang untuk berusaha semaksimal mungkin demi mewujudkan potensi mereka meskipun dalam praktiknya individu akan menjumpai hal-hal yang membosankan, membuat frustrasi, dan menyakitkan. Seseorang yang memiliki tingkat *grit* yang tinggi tidak mudah merasa puas dengan pencapaiannya saat ini dan selalu berusaha untuk mencapai hasil yang lebih baik lagi. Sebaliknya, seseorang yang memiliki

tingkat *grit* yang rendah cenderung mudah menyerah ketika dihadapkan suatu tantangan dan mudah kehilangan motivasi untuk berjuang (Duckworth, 2016).

Grit sendiri dibentuk oleh 2 aspek, yaitu *consistency of interest* dan *perseverance of effort*. Aspek yang pertama *consistency of interest* merupakan gambaran konsistensi usaha seseorang dalam mempertahankan minat dan tujuan yang akan dicapai dalam jangka waktu yang panjang. Apabila individu memiliki *consistency of interest* dalam dirinya maka sudah dipastikan bahwa individu tersebut tidak akan mudah untuk berganti-ganti pada suatu hal yang ia minati, justru sebaliknya individu tersebut akan mengupayakan sebaik mungkin dan tetap fokus terhadap tujuan awal yang dimilikinya. Saat individu mengalami banyak rintangan dan kegagalan berulang kali ia juga tidak akan mudah berpaling ke suatu pekerjaan yang lain (Duckworth, 2016). *Consistency of interest* apabila disangkutkan dengan konteks industri kreatif, ini berarti pemilik usaha tidak akan menyerah dan diam begitu saja ketika sebuah bisnis yang dibangun mengalami sepi pembeli, dengan adanya hal tersebut pemilik usaha justru akan bersemangat untuk memperbaiki kualitas produknya saat ini dan mencari tahu apa penyebab bisnis yang dibangun tidak dilihat oleh konsumen, pemilik usaha tidak akan beralih terhadap bisnis yang lain melainkan tetap berusaha sebaik mungkin untuk mencapai tujuan awalnya, yaitu memiliki bisnis yang sukses.

Aspek yang kedua adalah *perseverance of effort*, aspek ini mencakup kesungguhan serta kerja keras individu dalam meraih tujuan yang diinginkan dimana seseorang akan berusaha semaksimal mungkin demi melakukan sebuah usaha dengan hasil yang baik dan optimal (Duckworth, 2016). *Perseverance of effort* apabila disangkutkan dengan konteks industri kreatif, ini berarti pemilik usaha bisnis tersebut akan berusaha semaksimal mungkin untuk menjalankan bisnisnya dengan baik, seperti contohnya walaupun pemilik usaha saat ini sedang sibuk dalam berbagai kegiatan ia akan tetap menjalankan bisnisnya dengan tekun dan teratur agar bisnis yang dimilikinya tetap berjalan dengan semestinya.

Menurut Septania dan Khairani (2020) *grit* dapat membedakan perilaku antar individu, seseorang yang memiliki *grit* akan berorientasi terhadap hasil yang baik, sebaliknya individu yang memiliki karakter *grit* rendah cenderung tidak

memiliki orientasi terhadap hasil yang baik. Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa individu yang memiliki tingkat *grit* yang tinggi biasanya akan selalu berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan tugas mereka walaupun dihadapkan dengan banyak kesulitan dan kegagalan, mereka akan tetap berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan tugas tersebut (Lucas *et al.*, 2015).

Melihat hal tersebut maka sudah seharusnya seorang wirausahawan di bidang industri kreatif tidak akan terlepas dengan adanya sikap yang gigih, tekun serta konsisten demi mendapatkan sebuah hasil yang terbaik. Hasil wawancara peneliti dengan informan ternyata mendukung pernyataan tersebut. Berikut merupakan cuplikan Wawancara:

“Aku jadi konten kreator dari tahun 2020, aku sebisa mungkin bikin konten sehari sekali, atau ya seminggu paling lima kali upload, pokoknya sebisa mungkin setiap hari harus ada bahan buat upload. Pas dari awal videoku FYP pecah itu, yang nonton banyak itu sudah mulai setiap hari, kadang ya lima, kadang ya empat, tiga gitu seh. Jadi konten kreator ini aku sangat konsisten, dari awal aku bener-bener ngepush banget. Kontenku kan mengarah ke otomotif, dan di Surabaya itu belum ada konten kreator mobil karena kan tiktok dulu konten joget-joget random. Terus pas aku coba konten mobil itu rame dan aku coba terus upload-upload meskipun viewnya dikit aku tetep push terus. Jadi disini kita harus bisa lihat mumpung saingannya dikit kita harus push terus sampe sekarang. Apalagi pas liburan aku tak push banget”

(R, 22 tahun, Periklanan Konten Kreator)

“Aku buka bisnis ini dari 2019, memang dari awal akunya suka masak, suka bikin kue tapi lebih ke bikin

kue kue yang manis bikin roti kayak gitu. Turun pasti ada ya atau kok lagi sepi, tapi karena dari akunya sendiri suka menjalani ini jadi ya jarang bosan sebenarnya, terus kalo bosan ya mencoba hal-hal yang baru gitu, makanya develop menu baru, atau mungkin em.. apa ya nyoba bikin sesuatu yang baru lah supaya ngga bosenin, supaya bisnisnya juga boleh up berkembang terus gitu.”

(G, 23 tahun, Kuliner Cookies & Brownie)

“Aku buka Event organizer ini dari awal-awal Corona yaitu ditahun 2020. Menurutku EO sama WO itu divisi di bidang kreatif yang nantinya akan dibutuhkan. Tekad ku itu kenapa aku harus terus konsisten karena memang aku membutuhkan financialnya, terus yang kedua karna aku seneng, aku happy meskipun event organizer dan wedding organizer itu kan setiap bulan aku nggak dapet, tapi kalo semisal bulan puasa, belum bulan suro karna kita tinggal di Jawa ya, otomatis satu bulan dua bulan itu nggak dapet, nggak dapet apa-apa, nggak dapet event apa-apa. Tapi karena aku happy menjalani ini, aku suka, aku tu orangnya seneng ngurus-ngurus seperti ini itu aku seneng, aku happy, nyaman. Meskipun sebenarnya capek mondar-mandir kesini, segala macem, mikir, ngitung-ngitung budgetnya klien seperti ini, tapi mintanya seperti ini. Nah aku itu serunya disitu. Pokoknya aku tuh ngerasa ya apapun kerjaan meskipun kamu capek tapi kamu seneng ngejalaninnya aku rasa itu akan terus berjalan. Aku bisa sampe hampir tiga tahun masih terus berjalan karena aku happy meskipun keuntungannya sebenarnya ga seberapa karena aku

happy ini akhirnya aku bisa konsisten, aku bisa jalan terus sampe sekarang”.

(N, 26 tahun, Periklanan *Event Organizer*)

Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki *consistency of interest* terhadap suatu bisnis yang dimiliki saat ini. Ketiga informan cenderung mampu mempertahankan minat terhadap bisnisnya walaupun dihadapkan oleh lika-liku dalam berwirausaha. Terlihat pada informan R yang menyatakan bahwa dirinya selalu konsisten untuk memposting kontennya setiap hari. R selalu berusaha agar konten miliknya *FYP* pada *platform* TikTok selama lebih dari satu tahun.

Pada informan G juga terlihat pada bentuk kekonsistennya yang sudah lebih dari satu tahun untuk selalu menghasilkan menu-menu yang baru. G tidak terpikirkan untuk berpindah pada bisnis yang lain walaupun sebenarnya dalam berupaya menghasilkan menu-menu yang baru bukanlah suatu hal yang mudah. G selalu menikmati prosesnya karena bisnis saat ini juga merupakan hasil dari suatu ketertarikannya.

Pada informan N terlihat, meskipun tidak setiap hari mendapatkan klien namun N tetap konsisten lebih dari satu tahun dalam menjalani bisnisnya. N sangat tertarik dalam bidang bisnisnya sehingga hal tersebut juga menjadi suatu dasar bagi N untuk selalu konsisten mempertahankan bisnisnya.

Membuka sebuah bisnis di bidang industri kreatif merupakan suatu hal yang tidak mudah. Hal tersebut membuat peneliti bertanya-tanya terkait apa saja tantangan yang dihadapi selama menjalani bisnis yang dimiliki saat ini dan bagaimana informan menghadapi tantangan tersebut. Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan:

“Tantangannya se kalo aku ya, kan awal mikirnya konten itu harus modif, modif, modif nah ternyata kalo diteruskan kan budgetnya banyak kan, harus keluar uang. Tapi kalo sekarang akhirnya mikirnya gini, lebih ke ngeriview punyaanya temen-temen se, ngeriview

modifannya temen-temen nah terus habis itu, ngasih saran modif itu kan ga perlu budget kan cuman ya perlu ilmu pengetahuan tentang modif aja. Tantangannya lebih ke pencarian ide. Untuk sekarang tantangannya harus bener-bener beda dari yang lain karna lebih banyak yang sekarang. Kalo dulu ide cuma a b udah rame tapi kalo sekarang harus a b c d e harus yang aneh-aneh lah pokoknya, harus punya ciri khas sendiri.”

(R, 23 tahun, Konten Kreator)

“Tantangan apa ya... mungkin saingan ya maksudnya yang jualan online jualan cookies kan banyak banget, apalagi sekarang kalo dulu mungkin ga terlalu banyak ya tapi sekarang kayak semakin kesini hampir semua orang buka bisnis, buka bisnis gitu ya e... saingannya lebih banyak jadi gimana caranya kita bisa bikin produk kita itu punya value yang berbeda, punya sesuatu yang bikin kita itu, oh aku lebih milih ini daripada yang lainnya, walaupun produknya itu let's say sama lah, cuman gimana caranya kita ningkatin value itu. Terus e.. ya apa ya.. bikin produk baru sih.. soalnya kayak lama-lama orang bosan juga orang-orang cuman brownies sama cookies jadi ini masih dalam tahap develop menu-menu baru juga sih.

(G, 23 tahun, Kuliner Cookies & Brownie)

“Selama ini tantangannya adalah memang customer ini beda-beda ya, cara menanggulangnya ya sabar... gimanapun caranya, gimanapun klienmu, klien dari a sampe z caranya ya adalah sabar. Sebenarnya gini, salah satu tantangannya adalah aku sebagai EO atau

WO disini itu harus memberikan pelayanan terbaik ke customer begitupun juga vendor-vendorku. Karena kalo gaada vendor-vendor ini akupun gabakal jalan, begitupun juga, aku kalo gaada klien juga gabisa jalan. Jadi vendor dan klien harus lima puluh-lima puluh persen. Harus sebanding, gaboleh dibedakan menurut aku. Cara aku cari customer dari awal-awal, sampe sekarang sih ga awal-awal aja, itu tuh aku sampe di detik ini pun lagi berusaha minimal satu bulan sekali aku nembusi, beberapa kantor, beberapa hotel karena memang kan aku EO dan WO ya , aku nembusi, aku taruh proposal, aku presentasi ke kantor bagian marketingnya mereka, aku berikan informasi, aku berikan ibarat kata memberikan sebuah, ini loh kalo misalkan kamu punya acara dan kita yang mengatur ya kan, kita yang mengatur acaramu akan seperti ini, keuntungannya seperti ini. Aku selalu memberikan ibarat kata peluang-peluang apa nih yang bisa didapetin oleh perusahaan itu, kalo dia bikin acara yang handle kita, aku juga memberikan ke klien kalo misalkan klien itu ikut package ke kita pasti harganya murah, karena balik lagi aku memprioritaskan klien seperti memposisikan aku di klien. Aku maunya yang murah tapi aku maunya yang terbaik. Jadi aku hanya dibayarkan jasa, di bayar keuntungan besar pun sama sekali nggak berharap seperti itu”.

(N, 26 tahun, Periklanan, Event Organizer)

Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki *perseverance of effort* terhadap bisnisnya yang ditunjukkan dengan berbagai upaya dalam menghadapi tantangan dalam bisnis yang dimilikinya. Informasi yang

diperoleh dari ketiga informan sejalan dengan sikap yang seharusnya dimiliki oleh seorang wirausahawan yang ingin meraih kesuksesan dalam usahanya. Ketiga informan memiliki kekonsistenan dalam menjalankan bisnisnya serta memiliki kecenderungan untuk bekerja keras dalam menghadapi tantangan yang ada dengan cara mengikuti perubahan tren yang ada. Sejalan dengan pernyataan tersebut menurut Muadin *et al.* (2021) kegigihan, kekonsistenan serta upaya dalam mengikuti perkembangan tren yang ada merupakan suatu kunci menuju sebuah kesuksesan dalam berwirausaha.

Pada informan R terlihat bahwa, R memiliki tantangan untuk menghasilkan ide-ide konten yang berbeda, nyentrik dan berciri khas. R menghadapi tantangan tersebut dengan cara berusaha keras menciptakan ide yang unik, mempelajari terkait dengan dunia otomotif lebih dalam untuk melakukan konten *review* mobil-mobil konten kreator lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa R memiliki ketekunan dan kegigihan dalam menghadapi tantangan yang ada dalam bisnisnya.

Pada informan G terlihat bahwa, tantangan terbesar dalam bisnisnya adalah kompetitor. G berusaha keras untuk meningkatkan *value* pada bisnisnya agar berbeda dengan kompetitor lainnya. G menekankan suatu produk yang selalu unik dan memiliki menu yang selalu baru. Hal ini juga menunjukkan bahwa G tekun dan gigih dalam menghadapi tantangan yang ada.

Pada informan N juga terlihat bahwa, N selalu berupaya memberikan yang terbaik pada klien dan juga vendornya. N juga tekun untuk melakukan proses promosi di berbagai hotel dan kantor dengan menekankan keuntungan yang didapatkan. N juga mengungkapkan bahwa dalam bisnisnya N tidak mengambil keuntungan yang banyak namun N tetap akan memberikan usaha dan hasil yang terbaik. Hal ini membuktikan bahwa tidak hanya ketekunan saja dalam menjalankan bisnisnya namun N juga gigih.

Ketiga informan yang telah melakukan wawancara singkat ini merupakan seorang wirausahawan di bidang industri kreatif yang memiliki rentang usia 20 tahun sampai dengan 29 tahun, dimana seseorang dalam tahap ini akan mendapatkan banyak tugas perkembangan (Havighurst, 1952). Salah satu tugas utama adalah berkaitan dengan karir dan pekerjaan, dimana individu diharapkan

untuk memilih, memulai, dan mengembangkan jalur karir mereka. Stabilitas pekerjaan dan pencarian kepuasan dalam bidang yang dipilih menjadi fokus pada periode ini. Selain itu, aspek perkembangan pribadi juga mendapat perhatian, dengan individu mencari identitas diri, memahami nilai-nilai, kepercayaan, dan tujuan hidup mereka.

Proses eksplorasi diri menjadi bagian integral dari pencarian identitas. Hubungan sosial yang lebih dewasa juga menjadi bagian penting dari perkembangan pada usia ini, melibatkan pembentukan hubungan asmara yang serius, pernikahan, serta keterlibatan dalam komunitas sosial. Beberapa individu mungkin juga menghadapi tugas perkembangan terkait berkeluarga, seperti perubahan dalam status perkawinan dan pertimbangan untuk membentuk keluarga atau mengasuh anak. Meskipun pengalaman setiap individu dapat bervariasi, Havighurst menekankan bahwa tahap perkembangan ini melibatkan pencapaian tugas tertentu yang berkontribusi pada pembentukan kematangan dan identitas pada usia 20-29 tahun. Terlihat bahwa tugas perkembangan yang ada cukup berat dan bisnis industri kreatif juga selalu menuntut kreatifitas. Apabila kedua hal ini dijalankan secara bersamaan maka akan menimbulkan suatu permasalahan tersendiri. Oleh karena itu suatu kemampuan daya juang dan kekonsistenan sangat dibutuhkan.

Menurut Duckworth (2016) seseorang yang memiliki tingkat *grit* yang tinggi akan cenderung lebih mampu bertahan dan fokus terhadap suatu tujuan yang ingin dicapai walaupun dihadapkan oleh banyak tantangan, karena pada dasarnya seseorang yang memiliki tingkat *grit* yang tinggi akan selalu tekun dan konsisten. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Mueller *et al.* (2017) ditemukan bahwa *grit* memiliki peranan penting dalam kegiatan berwirausaha, *grit* merupakan sumber kekuatan wirausaha untuk terus bersemangat dan bertahan menghadapi tantangan yang berat dalam mencapai kesuksesan. Hal tersebut membuktikan bahwa seorang wirausahawan di bidang industri kreatif yang saat ini dihadapkan dengan banyak tantangan maka, sebuah kemampuan *grit* sangat diperlukan. Apabila seorang wirausahawan di bidang industri kreatif yang berada pada tahap usia 20-29 tidak memiliki *grit* maka wirausahawan tersebut sulit untuk

mempertahankan bisnisnya dan bisnisnya akan terancam tutup, karena tidak ada suatu bentuk kegigihan dan kekonsistenan yang diberikan.

Penelitian ini melakukan beberapa penelusuran mengenai penelitian *grit* pada wirausaha yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Artha & Wahyudi (2019) mengenai analisis *grit* dan *entrepreneurial mindset* terhadap kesuksesan *entrepreneur* pada mahasiswa di wilayah Surabaya, menyatakan bahwa *grit* memberikan pengaruh yang signifikan dan berkorelasi positif dengan kesuksesan *entrepreneur*. Penelitian lain milik Sholeha (2021) mengenai eksplorasi *grit (passion & perseverance)* dalam mencapai kesuksesan berwirausaha pada pelaku usaha melia sehat sejahtera menyatakan bahwa, *grit* memiliki peranan penting dalam membantu individu untuk terus menjalankan kegiatan berwirausahanya. Penelitian Carlos (2022) mengenai gambaran *grit* pada wirausahaan yang sukses di usia muda, menyatakan bahwa *grit* dapat mempengaruhi individu untuk memiliki rasa ingin bertarung dan mengembangkan diri dalam dunia bisnis.

Penelitian tentang *grit* yang dihubungkan dengan kegiatan berwirausaha di Indonesia masih jarang ditemukan, terutama dengan kegiatan berwirausaha di industri kreatif belum ada satu pun penelitian yang membahas hal tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat gambaran *grit* pada wirausahawan di bidang industri kreatif. *Grit* sendiri sangat diperlukan bagi wirausahawan terutama di bidang industri kreatif karena mampu membantu individu untuk terus berjuang menghadapi segala rintangan dan kegagalan dalam mencapai suatu tujuan (Duckworth, 2016).

1.2 Fokus Penelitian

Melihat bagaimana gambaran *grit* pada seorang wirausahawan di bidang industri kreatif yang memiliki rentang usia 20 - 29 tahun.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran *grit* pada wirausahawan di bidang industri kreatif

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis mengenai gambaran *grit* pada wirausahawan di bidang industri kreatif. Sehingga, harapannya dapat menambah kajian literatur pada Psikologi Industri dan Psikologi positif serta referensi mengenai *grit* pada wirausahawan di bidang industri kreatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Informan Penelitian

Diharapkan informasi yang disajikan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai konsep *grit* dalam menghadapi tantangan di industri kreatif, sehingga setiap informan dapat merefleksikan peran *grit* yang telah terbentuk selama mereka melewati setiap rintangan.

b. Bagi Wirausahawan di Bidang Industri Kreatif

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para wirausahawan di bidang industri kreatif bahwa *grit* merupakan suatu hal yang penting dimiliki seseorang untuk mencapai sebuah kesuksesan.

c. Bidang Pendampingan Industri Kreatif

Adanya penelitian ini diharapkan pemerintah dapat menciptakan kebijakan dan regulasi yang mendukung lingkungan kondusif bagi industri kreatif.