

## PENGARUH GRIT TERHADAP KREATIVITAS MELALUI *EMOTIONAL INTELLIGENCE* DAN *WORK ENGAGEMENT* PADA PEKERJA DI INDUSTRI EKONOMI KREATIF

### *THE EFFECT OF GRIT ON CREATIVITY THROUGH EMOTIONAL INTELLIGENCE AND WORK ENGAGEMENT IN WORKERS IN THE CREATIVE ECONOMY INDUSTRY*

Sherly Rosalina Tanoto<sup>1</sup>, Gabriella Alexandra Soenyoto

School of Business and Management, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131 Surabaya 6026, Indonesia

#### Riwayat artikel:

Diterima  
14 October 2023

Revisi  
10 January 2024

Diterima  
18 Maret 2024

Tersedia online  
31 Mei 2024

*This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)*



#### Abstract:

**Background:** The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the global creative economy, including in Indonesia. Job losses and a decrease in the Gross Domestic Product (GDP) of this sector have prompted the government to integrate 30 million creative economy participants into the digital ecosystem by 2024. To achieve this goal, the enhancement of human resource quality (HRQ) is key. Grit, encompassing long-term passion and perseverance, has been identified as a factor influencing individual creativity.

**Purpose:** This study examines the influence of grit on creativity through work engagement and emotional intelligence among workers in the creative economy.

**Design/methodology/approach:** Data from 301 creative workers were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method

**Findings/Result:** The research findings indicate that grit does not have a direct impact on creativity. Grit indirectly affects creativity through work engagement and emotional intelligence.

**Conclusion:** Grit influences creativity indirectly via work engagement and emotional intelligence. Enhancing these factors is crucial for fostering creativity in individuals with high grit.

**Originality/value (State of the art):** This study reveals the indirect effects of grit on creativity through work engagement and emotional intelligence among Indonesian creative workers. It challenges previous findings of a direct link, offering valuable insights for boosting creativity in the digital economy.

**Keywords:** creative economy industry, creativity, emotional intelligence, grit, work engagement

<sup>1</sup> Corresponding author:  
Email: [sherlytanoto@petra.ac.id](mailto:sherlytanoto@petra.ac.id)

## PENDAHULUAN

Peristiwa pandemi *coronavirus disease* 2019 (COVID-19) membawa dampak yang signifikan pada keseluruhan kehidupan masyarakat. Mulai dari kampanye untuk rajin mencuci tangan, peraturan wajib mengenakan masker, hingga larangan berupa *social distancing* (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2020). Adanya keterbatasan jarak selama masa pandemi COVID-19 memunculkan sebuah gaya hidup baru di masyarakat yang lebih banyak mengandalkan media digital, terlebih untuk berkomunikasi. Data yang ditemukan dari Desember 2020-Januari 2021 (Nguyen, 2021), selama pandemik COVID-19 jumlah penggunaan media sosial secara global naik hingga 30%. Pemerintah melihat adanya peluang yang cukup besar dari perubahan gaya hidup masyarakat. Hal itu mendorong pemerintah untuk menetapkan target, yaitu 30 juta industri kreatif mampu masuk ke ekosistem digital pada tahun 2024 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021). Hal ini diharapkan dapat menjadi momentum kebangkitan ekonomi nasional, secara khusus pada sektor ekonomi kreatif.

Target pemerintah akan sektor ekonomi kreatif pada 2024 didasari oleh pandemi COVID-19 yang memberikan dampak cukup besar untuk sektor ekonomi kreatif secara global. Sektor ekonomi kreatif di Amerika Serikat, berdasarkan data dari Creative Economy Final, mencatat adanya kehilangan 2,7 juta pekerjaan serta sekitar US\$150 miliar pemasukan selama bulan April-Juli 2020 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021). Hal ini dikarenakan adanya penurunan pada sektor industri kreatif nasional di Amerika Serikat. Kondisi serupa juga terjadi di Indonesia yang tampak melalui data dari Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021, bahwa estimasi pertumbuhan pekerja pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia mencapai angka -2,49%. Sementara pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif ada di angka -2,39% apabila dibandingkan dengan tahun sebelum pandemi. Angka ini didapatkan dari kontribusi 17 subsektor pada industri ekonomi kreatif di Indonesia, dengan fesyen, kerajinan, dan kuliner sebagai subsektor unggulan (*Wonderful Indonesia no date*). Penurunan angka tersebut tentunya menimbulkan dampak besar bagi ekonomi secara nasional. Maka dari itu, pemerintah

menempatkan harapan besar agar pelaku ekonomi kreatif segera memasuki ekosistem digital. Neil Himam selaku Deputy Bidang Digital dan Produk Ekonomi Kreatif, menyatakan bahwa penguatan produk pada ekonomi kreatif juga harus didukung dengan ekosistem yang baik yaitu sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, ketersediaan sumber daya lain, serta sumber daya artifisial (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2021).

Berbagai langkah telah dan sedang diupayakan oleh pemerintah dalam adaptasi menuju ekosistem digital, salah satunya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Ida Fauziah, Menteri Ketenagakerjaan mengemukakan bahwa kelemahan dari SDM di Indonesia adalah kemampuan dalam mengimplementasikan ilmu yang mereka miliki (Anam, 2022). SDM di Indonesia masih kurang kreatif untuk menjelajahi ilmu digital yang mereka miliki agar dapat menghasilkan sesuatu. Hal ini juga mendapat validasi dari salah satu pemimpin organisasi yang bergerak di industri ekonomi kreatif subsektor kuliner yang menceritakan bahwa ia telah melakukan pergantian karyawan pada posisi yang sama sebanyak tiga kali dalam satu tahun. Kejadian tersebut terjadi karena individu yang menempati posisi tersebut tidak memenuhi ekspektasi pemimpin organisasi untuk dapat memberikan ide-ide kreatif terkait pengembangan organisasi melalui sosial media. Dalam mencapai target pemerintah untuk masuk ke ekosistem digital, organisasi perlu sumber daya manusia ini untuk menggerakkan sistem. Pasalnya, SDM merupakan sebuah aset yang tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya dan keberadaannya sangat vital di organisasi perusahaan (Febrianty *et al.* 2020). Memasuki ekosistem digital menuntut SDM untuk menjadi lebih kreatif, inovatif, serta memiliki daya saing (Umam, 2018). Sebelumnya, Future of Jobs Report menunjukkan bahwa creativity merupakan salah satu dari lima skill yang wajib dimiliki SDM untuk memasuki revolusi industri 4.0, terlebih untuk lima tahun mendatang (World Economic Forum, 2020). Data tersebut berlaku secara umum dan secara khusus pada sektor ekonomi kreatif yang tentunya memerlukan kreativitas pekerja dalam mengimplementasikan ilmu yang mereka miliki.

*Creativity* merupakan sebuah pemikiran yang kreatif, keterampilan, serta keahlian dari seorang pekerja yang didasarkan pada kualifikasi serta pengalaman individu itu sendiri (Shafi *et al.* 2020). *Creativity* dipandang

sebagai sebuah sumber nilai yang utama dalam proses inovasi produk, pekerjaan, jasa, dan kemajuan sosial (Yodchai, Ly & Tran, 2022). Riset terdahulu menyatakan bahwa *creativity* memengaruhi hampir pada semua jenis pekerjaan (Sun *et al.* 2020). Terlebih pada lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Hal ini mendorong berbagai organisasi perusahaan lebih memperhatikan *creativity* SDM untuk meningkatkan keunggulan kompetitif serta keberlanjutan dari organisasi tersebut (Mubarak & Noor, 2018). Adanya SDM yang kreatif juga mampu membentuk sebuah organisasi perusahaan yang produktif untuk menjadi relevan di pasar global (Shafi *et al.* 2020).

Penelitian terdahulu menyoroti *grit* sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi performa organisasi (Jordan *et al.* 2019; Kim *et al.* 2019; Datu 2021; Agrawal *et al.* 2022). Layaknya *creativity*, *grit* merupakan isu yang cukup menarik perhatian banyak peneliti. *Grit* dapat didefinisikan dengan dua komponen yaitu semangat (*passion*) dan ketekunan (*perseverance*) dalam jangka panjang dimana hal ini mengarah kepada peningkatan kinerja individu (deWaal *et al.* 2022). Kestabilan individu dalam melakukan hal-hal yang mereka minati dan tekun dalam berusaha, apabila dilakukan dalam jangka waktu yang panjang, dapat menimbulkan dedikasi, penguasaan ilmu, serta *creativity* (Widodo & Gunawan, 2021; Sun, 2022; Gonlepa, Dilawar & Amosun, 2023). Hal ini didukung oleh pernyataan bahwa individu yang memiliki *grit* mampu mengkombinasikan semangat (*passion*), perhatian (*attention*), dan komitmen untuk mencapai tujuan jangka panjang (Disabato, Goodman & Kashdan, 2019)

Studi juga menemukan adanya hubungan yang positif antara *grit* dan *work engagement* (Schutt & Torrence, 2022). Terbukti bahwa *grit* memiliki potensi untuk merangsang semangat dalam *work engagement* individu serta adanya kecenderungan untuk mempengaruhi kinerja yang baik di tempat kerja. Studi lain menunjukkan pekerja dengan *grit* yang tinggi mampu menghasilkan *work engagement* yang tinggi pula sebagai hasil dari efek positif yang diberikan *grit* terhadap kualitas hidup dan kerja (Kim & Lee, 2022).

Perusahaan memerlukan pekerja yang sangat terlibat dan melekat dengan pekerjaannya karena keterlibatan tersebut terbukti dapat meningkatkan *creativity*, perilaku anggota organisasi, kinerja tugas, serta kepuasan pelanggan (Bakker & Albrecht, 2018; Farida & Hendarsjah, 2022; Pradipta & Martdianty, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara *work engagement* terhadap *creativity* pekerja (Inam *et al.* 2021). Hal ini menjadi bukti yang kuat bahwa tingkat keterlibatan pekerja terhadap pekerjaannya mampu meningkatkan kreativitasnya sebagai individu. Selain *grit* dan *work engagement*, penelitian lain menunjukkan adanya pengaruh antara *emotional intelligence* terhadap *creativity* (Silva & Coelho, 2019). *Emotional intelligence* yang dimiliki oleh masing-masing individu, memungkinkan individu untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan pemrosesan pengetahuan tingkat tinggi, serta memanfaatkan inovasi dan *creativity* seperti menghasilkan ide-ide segar yang berguna untuk menghasilkan hal yang bermanfaat (Darvishmotevali, Altinay & De Vita, 2018).

Model penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari tiga penelitian terdahulu, yaitu Gonlepa *et al.* (2023), Ain, Munir & Suneel (2021), dan Silva & Coelho (2019). Penelitian ini mengangkat argumen bahwa *emotional intelligence* dan *work engagement* memiliki peran dalam hubungan antara *grit* dengan *creativity*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjawab kesenjangan penelitian dari hubungan antara *grit* dan *creativity* pada penelitian sebelumnya. Studi terdahulu yang dilakukan oleh Grohman *et al.* (2017) menyatakan bahwa *grit* tidak memengaruhi *creativity*. Studi lain membuktikan hal sebaliknya dengan menunjukkan adanya pengaruh positif antara *grit* terhadap *creativity* (Widodo & Gunawan, 2021; Sun, 2022). Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi teoretis terhadap penerapan ilmu psikologi positif di setting industri dan organisasi. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini berangkat dari perilaku dan emosi manusia yang positif, kreatif, dan adaptif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan lebih lanjut kepada pemimpin perusahaan dan pihak-pihak yang terkait di organisasi mengenai manajemen kreativitas di sektor industri kreatif.

Menurut Pasal 6, ayat (1) Peraturan Presiden No.142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Indonesia), terdapat tujuh belas subsektor industri ekonomi kreatif yang terdapat di Indonesia. Tiga dari tujuh belas subsektor tersebut yang merupakan unggulan dari sektor ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu fesyen, kriya, dan kuliner. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh

*grit* terhadap *creativity* melalui *emotional intelligence* dan *work engagement* pada pekerja di tiga subsektor unggulan ekonomi kreatif Indonesia yaitu fesyen (*fashion*), kriya (*craft*), dan kuliner (*culinary*).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan angket yang diadaptasi dari penelitian terdahulu (Chaudhary & Akhouri, 2019; Phuong & Takahashi, 2021; Kwapisz *et al.* 2022; Gonlepa *et al.* 2023). Proses adaptasi angket dilakukan dengan cara menerjemahkan angket dari bahasa asli ke bahasa yang akan diterapkan dengan hati-hati agar tidak mengurangi maknanya, atau dikenal dengan *back translation* (Noor *et al.* 2022). Angket untuk mengukur *grit* berasal dari penelitian Gonlepa *et al.* (2023). *Grit* merupakan konsep perpaduan antara *passion* (*hasrat*) untuk dapat mewujudkan tujuan jangka panjang dengan ketekunan serta ketahanan untuk menghadapi berbagai rintangan. *Grit* terdiri dari dua dimensi, yaitu *consistency of interest* dan *perseverance of effort* (Gonlepa *et al.* 2023). *Consistency of interest* merupakan minat yang dimiliki pekerja industri kreatif dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama untuk mencapai tujuan, bahkan tidak dapat dihalangi oleh berbagai tantangan. *Perseverance of effort* merupakan kecenderungan pekerja industri kreatif untuk tetap tekun dalam proses melakukan hal untuk mencapai tujuan meskipun telah mengalami berbagai rintangan, kerugian, bahkan kegagalan. *Creativity* diartikan sebagai proses yang dibutuhkan oleh pekerja industri kreatif dalam menumbuhkan ide sebagai upaya untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan. Angket pengukuran *creativity* diadopsi dari penelitian Phuong & Takahashi (2021).

Penelitian ini mendefinisikan *work engagement* sebagai keterlibatan pekerjaan secara penuh dan aktif dan melekat yang dapat diukur dengan menggunakan tiga dimensi yaitu semangat (*vigor*), dedikasi, dan penyerapan (*absorption*). Angket pengukuran *work engagement* diadopsi dari penelitian Chaudhary & Akhouri (2019). *Emotional intelligence* diartikan sebagai kecerdasan yang diperlukan individu untuk peka akan emosi yang dirasakan diri sendiri maupun orang lain berdasarkan informasi emosional yang didapat, sehingga individu mampu memahami serta mengendalikan emosinya sendiri. Angket pengukuran *emotional intelligence* diadopsi dari penelitian (Kwapisz *et al.* 2022) yang terdiri dari empat dimensi yaitu *self-*

*emotion appraisal*, *other's emotional appraisal*, *use of emotion*, dan *regulation of emotion*. Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan lima poin jawaban, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 yang menunjukkan pengaruh hubungan dari empat variabel penelitian, yaitu *grit* (X), *creativity* (Y), *work engagement* ( $Z_1$ ) dan *emotional intelligence* ( $Z_2$ ). Hipotesis penelitian ini mencoba untuk menunjukkan pengaruh *grit* terhadap *creativity* melalui *work engagement* dan *emotional intelligence* sebagai variabel mediasi pada pekerja di industri ekonomi kreatif di Indonesia sebagai berikut:

### *Grit dan Creativity*

Individu yang konsisten dalam melakukan hal-hal yang mereka minati dan tekun dalam berusaha dalam jangka waktu yang panjang, dapat memunculkan dedikasi, penguasaan ilmu, serta *creativity* (Widodo & Gunawan, 2021). Individu dengan *grit* tentu memiliki ketertarikan dan minat terhadap suatu hal yang mereka lakukan dalam jangka waktu yang lama, sehingga hal ini mendorong individu untuk kreatif dalam perencanaan penerapan minat tersebut. Individu dengan *grit* juga cenderung tekun dan pantang menyerah ketika mereka memiliki tujuan untuk dicapai meskipun dihadapkan dengan rintangan, sehingga hal tersebut mendorong individu untuk terus mencari cara baru yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut (Gonlepa *et al.* 2023). Individu yang kreatif menunjukkan tingkat ketekunan yang tinggi pula. Ditinjau dari penelitian terdahulu, *grit* memiliki pengaruh terhadap *creativity* (Gonlepa *et al.* 2023; Sun, 2022; Widodo & Gunawan, 2021). Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Grit* berpengaruh terhadap *Creativity*

### *Grit dan Work engagement*

Studi menemukan bahwa *grit* berperan untuk merangsang salah satu komponen *work engagement*, yaitu semangat (*vigor*) serta mampu meningkatkan kinerja di organisasi (Gonlepa *et al.* 2023). Komponen *perseverance of effort* akan mendorong individu untuk memiliki ketahanan mental dalam bekerja serta kemampuan untuk mengerahkan seluruh usahanya ketika menghadapi tantangan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pekerja dengan *grit* yang tinggi

akan menghasilkan *work engagement* yang tinggi pula di organisasi (Kim & Lee, 2022). Penelitian tersebut diperoleh dari efek positif yang diberikan oleh komponen-komponen *grit* terhadap kualitas hidup dan kualitas kerja para pekerja. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: *Grit* berpengaruh terhadap *Work engagement*

### ***Grit dan Emotional intelligence***

*Emotional intelligence* sebagai bentuk kecerdasan sosial yang mencakup pemahaman akan emosi dan informasi yang diterima serta kapasitas untuk mengelolanya dinilai sebagai hal yang penting bagi organisasi (Kwapisz *et al.* 2022). Studi yang dilakukan kepada mahasiswa di Pakistan menunjukkan bahwa tingkat *emotional intelligence* individu dipengaruhi oleh *grit* individu tersebut, dimana perilaku serta pilihan dalam hidup diasumsikan dipengaruhi oleh tingkat *emotional intelligence* (Ain *et al.* 2021). Dapat diketahui bahwa tingkat kecerdasan emosi individu mampu mempertahankan ketekunan serta minat mereka ketika dihadapkan oleh tantangan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: *Grit* berpengaruh terhadap *Emotional intelligence*

### ***Work engagement dan Creativity***

Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa individu yang kurang terlibat dengan pekerjaannya akan menghasilkan performa yang kurang kreatif, sebaliknya, individu yang sangat terlibat dengan pekerjaannya mampu menerima hal-hal baru dengan cepat dan lebih kreatif (Inam *et al.* 2021). Selain itu,

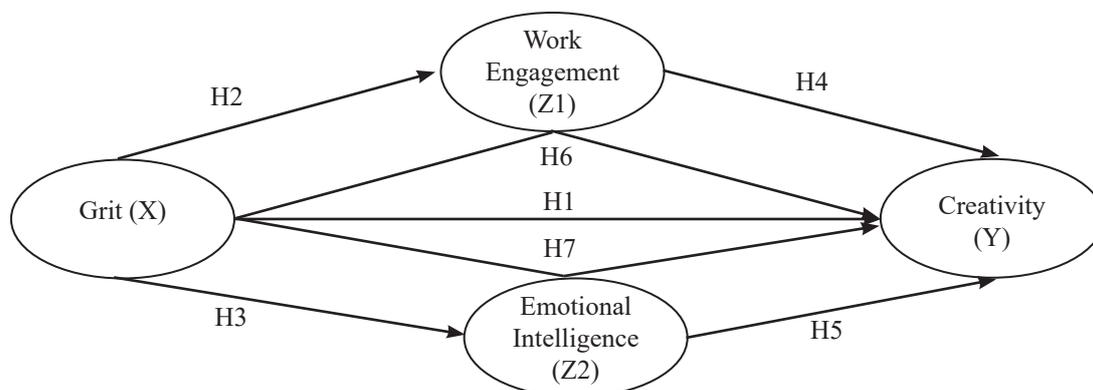
pekerja dengan *work engagement* yang tinggi memiliki kapasitas lebih untuk mengatasi stres dengan baik sehingga memungkinkan mereka untuk berpikir lebih kreatif (Asif *et al.* 2019). Kata lainnya, semakin tinggi *work engagement* individu dalam organisasi, semakin tumbuh pula kemampuan individu untuk berpikir kreatif serta melahirkan ide baru demi keberhasilan organisasi. Hal ini didukung oleh penemuan terkait pengaruh *work engagement* terhadap *creativity* pekerja (Inam *et al.* 2021). Berdasarkan penemuan tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: *Work engagement* berpengaruh terhadap *Creativity*

### ***Emotional intelligence dan Creativity***

*Emotional intelligence* menimbulkan kemungkinan bahwa individu dapat menyadari adanya hubungan antara kinerja dan suasana hati, beserta kemampuan individu untuk dapat mempertahankan suasana hati yang positif (Darvishmotevali *et al.* 2018). Dengan kata lain, *emotional intelligence* secara tidak langsung dapat meningkatkan *creative thinking* dari individu. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *emotional intelligence* yang dimiliki oleh individu mampu meningkatkan performa kreatif dalam pekerjaan melalui fasilitas dalam bentuk aktivitas. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas menantang meliputi penalaran, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan. Penelitian Rodrigues *et al.* (2019) menjelaskan pentingnya kreativitas untuk melahirkan ide baru yang didorong oleh emosi. Hal itu didasari oleh pemahaman bahwa *creativity* merupakan hasil dari emosi. Berdasarkan paparan tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: *Emotional intelligence* berpengaruh terhadap *Creativity*



Gambar 1. Kerangka Penelitian  
Figure 1. Research Framework

### **Grit dan Creativity melalui Work engagement**

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *grit* berpengaruh secara signifikan terhadap *work engagement* (Kim & Lee, 2022). *Work engagement* memiliki peran dalam komponen-komponen *grit* untuk mempertahankan minat dan tetap tekun serta terlibat dalam mencapai tujuan meskipun dihadapkan dengan rintangan. Penelitian terkait hubungan antara *creativity* dan *work engagement* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel (Asif *et al.* 2019; Inam *et al.* 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *grit* berpengaruh terhadap *creativity* melalui *work engagement* (Gonlepa *et al.* 2023). Ditinjau dari hasil penelitian di atas, yang menunjukkan adanya hubungan parsial antara *grit* dengan *work engagement*, dan *creativity* dengan *work engagement*, dapat ditarik hipotesis adanya indikasi bahwa *work engagement* dapat berperan sebagai mediasi antara kedua variabel tersebut. Hipotesis yang kemudian ditetapkan adalah: H<sub>6</sub>: *Grit* berpengaruh terhadap *Creativity* melalui *Work engagement*

### **Grit dan Creativity melalui Emotional intelligence**

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa *grit* berpengaruh positif terhadap *emotional intelligence* (Ain *et al.* 2021). Kemampuan untuk mengendalikan emosi memiliki peran yang penting terhadap ketekunan individu dalam mencapai tujuan. Penting bagi individu untuk tetap tenang dan mengendalikan amarah bahkan ketika sedang dihadapkan dengan tantangan. Penelitian Rodrigues *et al.* (2019) menunjukkan adanya keterkaitan antara *creativity* dan *emotional intelligence* individu. *Creativity* dijabarkan sebagai hasil dari emosi masing-masing individu, sehingga emosi turut berperan terhadap *creativity* yang dihasilkan oleh individu. Meninjau pemaparan hasil penelitian di atas, kemungkinan ada hubungan parsial antara *grit* dengan *emotional intelligence*, dan *creativity* dengan *emotional intelligence*, sehingga terdapat indikasi bahwa *emotional intelligence* dapat berperan sebagai mediasi antara kedua variabel tersebut. Hipotesis yang dapat dirumuskan adalah: H<sub>7</sub>: *Grit* berpengaruh terhadap *Creativity* melalui *Emotional intelligence*

Pengumpulan data dilakukan selama 8 minggu (April-Juni 2023) yang telah disebarakan secara *online* melalui media sosial menghasilkan 301 responden sesuai kriteria dan datanya dapat digunakan untuk penelitian. Hasil tersebut diperoleh dari total keseluruhan 384 responden dengan 83 responden yang tidak memenuhi kriteria yaitu: tidak bekerja di industri fesyen, kuliner, dan kriya, dan atau bekerja kurang dari satu tahun. Responden penelitian ini sebagian besar berusia antara 26-30 tahun, mencapai 41,53% atau sebanyak 125 orang, diikuti oleh rentang usia 21-25 tahun, sebanyak 34,55% atau 104 orang. Profil mereka menunjukkan bahwa pekerja di subsektor kuliner mendominasi, mencapai 47,51% atau sebanyak 143 orang, diikuti oleh subsektor fesyen, sebanyak 35,22% atau 106 orang, sementara subsektor kriya menempati posisi terakhir, sebanyak 17,28% atau 52 orang. Komposisi jenis kelamin responden terdiri dari 171 wanita (56,81%) dan 130 pria (43,19%). Mayoritas responden telah bekerja selama 1-3 tahun, mencapai 185 orang (61,46%), diikuti oleh responden dengan pengalaman kerja 4-6 tahun, sebanyak 77 orang (25,58%). Lokasi kerja responden utamanya di Jawa, mencapai 261 orang (86,71%), disusul oleh Bali dan Kepulauan Nusa Tenggara dengan 20 responden (6,64%), Sulawesi dengan 9 responden (2,99%), Kalimantan dengan 5 responden (1,66%), Papua dengan 4 responden (1,33%), dan Sumatera dengan 2 responden (0,66%). Pekerja dengan pendidikan terakhir sarjana merupakan kelompok terbesar dengan jumlah 165 orang (54,82%), diikuti oleh mereka yang memiliki pendidikan SMA/SMK sebanyak 92 orang (30,56%). Tabel 1 menggambarkan profil demografis responden penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan pengolahan data menggunakan software SmartPLS. Teknik analisis PLS (SEM) digunakan untuk mengembangkan atau membangun teori dan menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten melalui perkiraan model jalur (*path models*) terhadap variabel laten serta mampu menggabungkan informasi dari setiap tingkatan atribut (Hair *et al.* 2021). Terdapat dua sub model dalam jenis analisis pada *software* SmartPLS, yaitu *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas dari data yang diperoleh, serta *inner model* yang untuk menguji hipotesis dan mengukur kelayakan model penelitian.

Tabel 1. Profil demografis responden

Characterstics		Frequency	Percentage (%)
Jenis Kelamin (Gender)	Pria ( <i>male</i> )	130	43,19
	Perempuan ( <i>female</i> )	171	56,81
Usia (Age)	< 20 tahun ( <i>years</i> )	11	3,65
	21-25 tahun ( <i>years</i> )	104	34,55
	26-30 tahun ( <i>years</i> )	125	41,56
	31-35 tahun ( <i>years</i> )	22	7,31
	36-45 tahun ( <i>years</i> )	22	7,31
	46-54 tahun ( <i>years</i> )	15	4,98
	> 55 tahun ( <i>years</i> )	2	0,66
Subsektor (Sector)	Fesyen ( <i>fashion</i> )	106	35,22
	Kriya ( <i>craft</i> )	52	17,28
	Kuliner ( <i>culinary</i> )	143	47,51
Masa Kerja (Work Experience)	1-3 tahun ( <i>years</i> )	185	61,46
	4-6 tahun ( <i>years</i> )	77	25,58
	7-9 Tahun ( <i>years</i> )	16	5,32
	>10 tahun ( <i>years</i> )	23	7,64
Domisili (Domicile)	Bali & Kepulauan Nusa Tenggara	20	6,64
	Jawa	261	86,71
	Kalimantan	5	1,66
	Maluku & Maluku Utara	-	-
	Papua	4	1,33
	Sulawesi	9	2,99
	Sumatera	2	0,66
Pendidikan (Education)	SMA/SMK ( <i>Highschool</i> )	92	30,56
	Diploma	37	12,29
	Sarjana ( <i>Undergraduate</i> )	165	54,82
	Pascasarjana ( <i>Postgraduate</i> )	7	2,33

## HASIL

Berdasarkan hasil crosstab pada Tabel 2, terdapat empat variabel penelitian yang diamati: *Grit*, *Work Engagement*, *Emotional Intelligence*, dan *Creativity*, yang dipandang dari sudut pandang subsektor ekonomi kreatif, yaitu kuliner (*culinary*), kriya (*craft*), dan fesyen (*fashion*), serta berdasarkan rentang usia responden. Untuk variabel *grit*, hasil menunjukkan bahwa responden dalam subsektor fesyen memiliki nilai tertinggi pada variabel *Grit*, dengan *mean* sebesar 4,295, sedangkan responden dalam subsektor kriya memiliki nilai terendah dengan *mean* sebesar 4,238. Sedangkan untuk variabel *work engagement*, responden dalam subsektor fesyen juga memiliki nilai tertinggi pada variabel ini, dengan *mean* sebesar 4,393, sementara responden dalam subsektor kriya memiliki *mean* terendah sebesar 4,132. Kemudian, untuk variabel *emotional intelligence*, yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola emosi dan

hubungan interpersonal, menunjukkan variasi yang cukup besar antara subsektor. Responden dalam subsektor kriya memiliki *mean* tertinggi sebesar 4,313, sementara subsektor kuliner memiliki *mean* terendah dengan nilai 4,252. Untuk variabel *creativity*, yang menggambarkan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal, juga menunjukkan perbedaan yang signifikan antara subsektor. Responden dalam subsektor fesyen memiliki nilai tertinggi pada variabel *Creativity* dengan *mean* sebesar 4,004, sementara subsektor kriya memiliki *mean* terendah sebesar 3,922.

Dalam subsektor kuliner, secara umum, tingkat *grit*, *work engagement*, dan *emotional intelligence* cenderung stabil di sebagian besar rentang usia. Namun, ada penurunan yang cukup signifikan pada tingkat *creativity* pada responden berusia 36-45 tahun. Hal ini mungkin menunjukkan adanya tantangan tertentu dalam mempertahankan tingkat kreativitas di usia tersebut dalam industri kuliner. Di sektor kriya,

terlihat variasi yang cukup signifikan antara kelompok usia dalam hal tingkat *grit*, *work engagement*, *emotional intelligence*, dan *creativity*. Di beberapa kelompok usia, seperti responden berusia < 20 tahun dan 21-25 tahun, terlihat penurunan pada tingkat *creativity*. Ini bisa menjadi sinyal perluasan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas bagi generasi muda dalam industri kriya. Sementara itu, dalam subsektor fesyen, tingkat *creativity* menunjukkan variasi yang signifikan antara kelompok usia. Terlihat bahwa responden berusia 46-54 tahun memiliki *mean* variabel tertinggi untuk *creativity*, yang mungkin mencerminkan pengalaman dan keahlian yang telah dikembangkan dari waktu ke waktu. Ini menunjukkan pentingnya pengalaman dalam mendukung kreativitas dalam industri fesyen.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa faktor usia dapat mempengaruhi persepsi terhadap variabel yang diamati, seperti *grit*, *work engagement*, *emotional intelligence*, dan *creativity*, dalam konteks subsektor ekonomi kreatif tertentu. Analisis ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana faktor demografis, terutama usia, memengaruhi persepsi terhadap variabel kunci seperti *grit*, *work engagement*, *emotional intelligence*, dan *creativity* dalam industri

kreatif. Temuan ini memiliki implikasi signifikan, termasuk dalam perencanaan pengembangan karir, strategi manajemen tenaga kerja, pengembangan produk dan layanan, serta pengambilan keputusan strategis. Misalnya, memahami bahwa kreativitas cenderung menurun pada usia tertentu dalam suatu subsektor ekonomi kreatif dapat mendorong upaya untuk menyediakan pelatihan atau sumber daya tambahan untuk mendukung kreativitas di antara kelompok usia tersebut. Dengan memahami dinamika demografis ini, organisasi dapat menyesuaikan strategi mereka dengan lebih baik, meningkatkan kinerja, dan merespons kebutuhan pasar dengan lebih efektif dalam industri kreatif.

Hasil analisis *outer model*, nilai *outer loading* mayoritas indikator setiap variabel penelitian lebih dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan valid, kecuali dua indikator pada variabel *grit* (Tabel 3). Maka dari itu, kedua indikator tersebut dieliminasi pada proses analisis data yang berikutnya. Uji validitas konvergen juga dilakukan dengan mengukur nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang dapat dilihat pada Tabel 4 dimana nilai AVE seluruh variabel adalah > 0,5.

Tabel 2. Analisis crosstab usia responden dan mean variabel  
Table 2. Crosstab analysis of respondent age and variable mean

Subsektor (Subsector)	Usia (Age)	Mean			
		Grit	Work Engagement	Emotional Intelligence	Creativity
Kuliner ( <i>culinary</i> )		4,239	4,291	4,252	4,030
	< 20 tahun	4,094	4,056	4,563	3,654
	21-25 tahun	4,123	4,218	3,906	3,846
	26-30 tahun	4,397	4,397	4,296	4,121
	31-35 tahun	4,250	4,267	4,206	4,254
	36-45 tahun	4,125	4,128	3,981	3,479
	46-54 tahun	4,281	4,417	4,344	4,413
	> 55 tahun	4,125	4,667	3,906	3,846
Kriya ( <i>craft</i> )		4,238	4,335	4,132	3,922
	< 20 tahun	4,000	3,926	4,333	4,282
	21-25 tahun	4,196	4,444	4,313	4,038
	26-30 tahun	4,415	4,399	4,165	3,951
	31-35 tahun	3,938	4,444	4,016	3,769
	36-45 tahun	4,167	4,370	3,667	4,026
	46-54 tahun	4,042	3,963	3,802	3,410
		4,295	4,393	4,264	4,004
Fesyen ( <i>fashion</i> )		4,281	4,861	4,547	4,038
	< 20 tahun	4,184	4,361	4,146	3,996
	21-25 tahun	4,383	4,416	4,363	4,031
	26-30 tahun	4,344	4,319	4,227	4,096
	31-35 tahun	4,344	4,319	4,227	4,096
	36-45 tahun	4,063	4,111	3,927	3,513
	46-54 tahun	5,000	4,778	4,813	5,000

Tabel 3. Nilai Outer Loading  
Table 3 Outer Loading Values

Variable	Indicators	Loading Factor	Description	Variable	Indicators	Loading Factor	Description
Grit	G01	0,615	Valid	Creativity	EI09	0,743	Valid
	G02	0,665	Valid		EI10	0,728	Valid
	G05	0,766	Valid		EI11	0,740	Valid
	G07	0,819	Valid		EI12	0,726	Valid
	G08	0,687	Valid		EI13	0,636	Valid
Work engagement	WE01	0,880	Valid		EI14	0,697	Valid
	WE02	0,850	Valid		EI15	0,619	Valid
	WE03	0,837	Valid		EI16	0,655	Valid
	WE04	0,894	Valid		CR01	0,707	Valid
	WE05	0,826	Valid		CR02	0,636	Valid
	WE06	0,725	Valid		CR03	0,673	Valid
	WE07	0,740	Valid		CR04	0,813	Valid
	WE08	0,672	Valid		CR05	0,792	Valid
	WE09	0,762	Valid	CR06	0,728	Valid	
Emotional intelligence	EI01	0,819	Valid	CR07	0,777	Valid	
	EI02	0,820	Valid	CR08	0,795	Valid	
	EI03	0,814	Valid	CR09	0,801	Valid	
	EI04	0,721	Valid	CR10	0,884	Valid	
	EI05	0,740	Valid	CR11	0,889	Valid	
	EI06	0,769	Valid	CR12	0,807	Valid	
	EI07	0,745	Valid	CR13	0,839	Valid	
	EI08	0,757	Valid				

Tabel 4 Nilai AVE  
Table 4 AVE Values

Variable	AVE	Description
Grit	0,510	Valid
Work engagement	0,643	Valid
Emotional intelligence	0,541	Valid
Creativity	0,614	Valid

Tabel 5 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang terdapat dalam setiap variabel yaitu *grit*, *work engagement*, *emotional intelligence*, dan *creativity* memiliki nilai *cross loading* yang lebih tinggi pada variabelnya sendiri apabila dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lain sehingga dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan. Tabel 6 menunjukkan hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel penelitian. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* variabel lebih dari 0,7 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pada pengujian hipotesis, nilai yang akan diperhatikan adalah nilai *t-statistic* yang harus melebihi 1,96 untuk hipotesis dikatakan diterima atau memiliki pengaruh signifikan. Nilai *p value* juga perlu diperhatikan, apabila nilainya kurang dari 0,05 maka hipotesis dalam penelitian dapat dikatakan diterima, dan sebaliknya. Tabel 7 dan Tabel 8 menampilkan hasil uji pengaruh langsung dan tidak langsung. Seperti yang dapat dilihat pada kedua tabel tersebut, seluruh hipotesis diterima kecuali hipotesis 1.

Tabel 5. Nilai *Cross Loading*  
Table 5. *Cross Loading Values*

Indicators	Creativity	Emotional intelligence	Grit	Work engagement	Indicators	Creativity	Emotional intelligence	Grit	Work engagement
CR01	0,707	0,328	0,281	0,342	EI10	0,442	0,728	0,470	0,412
CR02	0,636	0,295	0,242	0,288	EI11	0,451	0,740	0,442	0,441
CR03	0,673	0,331	0,272	0,308	EI12	0,436	0,726	0,453	0,425
CR04	0,813	0,410	0,367	0,439	EI13	0,389	0,636	0,321	0,350
CR05	0,792	0,545	0,500	0,497	EI14	0,434	0,697	0,318	0,370
CR06	0,728	0,495	0,420	0,414	EI15	0,332	0,619	0,253	0,324
CR07	0,777	0,441	0,446	0,498	EI16	0,370	0,655	0,362	0,346
CR08	0,795	0,540	0,513	0,509	G01	0,284	0,444	0,615	0,512
CR09	0,801	0,538	0,446	0,495	G02	0,277	0,428	0,665	0,442
CR10	0,884	0,382	0,365	0,396	G05	0,413	0,512	0,777	0,571
CR11	0,889	0,502	0,431	0,467	G07	0,443	0,518	0,819	0,516
CR12	0,807	0,448	0,342	0,429	G08	0,372	0,294	0,687	0,431
CR13	0,839	0,393	0,377	0,404	WE01	0,478	0,502	0,633	0,880
EI01	0,453	0,819	0,523	0,483	WE02	0,501	0,477	0,628	0,850
EI02	0,398	0,820	0,501	0,425	WE03	0,457	0,529	0,593	0,837
EI03	0,394	0,814	0,527	0,450	WE04	0,438	0,477	0,608	0,894
EI04	0,459	0,721	0,547	0,535	WE05	0,464	0,443	0,579	0,826
EI05	0,377	0,740	0,436	0,377	WE06	0,409	0,468	0,516	0,725
EI06	0,362	0,769	0,452	0,429	WE07	0,392	0,475	0,485	0,740
EI07	0,390	0,745	0,498	0,442	WE08	0,308	0,392	0,431	0,672
EI08	0,413	0,757	0,455	0,446	WE09	0,496	0,529	0,519	0,762
EI09	0,541	0,743	0,620	0,617					

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas  
Table 6. *Reliability Test Results*

Variable	Cronbach's alpha	Composite Reliability	Description
Grit	0,756	0,769	Reliable
Work engagement	0,929	0,936	Reliable
Emotional intelligence	0,943	0,947	Reliable
Creativity	0,947	0,954	Reliable

Tabel 7. Hasil Uji Pengaruh Langsung  
Table 7. *Direct Effect Results*

Hypothesis	t-statistics	P values	Description
Grit → Creativity	1,564	0,118	Rejected
Grit → Work engagement	19,517	0,000	Accepted
Grit → Emotional intelligence	14,919	0,000	Accepted
Work engagement → Creativity	3,861	0,000	Accepted
Emotional intelligence → Creativity	4,918	0,000	Accepted

Tabel 8. Hasil uji pengaruh tidak langsung  
Table 8. *Indirect Effect Results*

Hypothesis	t-statistics	P values	Description
Grit → Work engagement → Creativity	4,505	0,000	Accepted
Grit → Emotional intelligence → Creativity	3,619	0,000	Accepted

Hipotesis 1 penelitian ini tidak diterima yaitu *grit* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *creativity* seperti tertera pada Tabel 7 dimana nilai *t-statistics* berada pada angka 1,564 dengan nilai *p value* 0,118. Hasil penelitian ini menjawab *research gap* terkait pengaruh *grit* terhadap *creativity*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Gonlepa *et al.* (2023) serta Widodo & Gunawan (2021) yang menyatakan bahwa *grit* memiliki pengaruh terhadap *creativity*. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Grohman *et al.* (2017) yang menyimpulkan bahwa *grit* tidak memengaruhi *creativity*. Hal ini berarti tidak sepenuhnya individu yang konsisten terhadap minat dan tujuannya dapat memfasilitasi kreativitas dari individu itu sendiri. Individu yang kreatif mungkin dapat menyerah pada saat individu lainnya tetap bertahan di tengah-tengah proyek karena, jika diperlukan mereka akan mengejar ide-ide baru. Dengan demikian, individu kreatif memiliki kemungkinan untuk meninggalkan hal-hal lain pada proses mencapai tujuan ketika mereka menemukan hal baru yang menarik.

Hipotesis 2 pada penelitian ini diterima yaitu *grit* memengaruhi *work engagement* pekerja di industri ekonomi kreatif dengan nilai *t-statistics* 19,517 dan *p value* 0,000. *Work engagement* dipengaruhi oleh *job resources* yang merupakan aspek lingkungan fisik, sosial, organisasi yang berfungsi sebagai media untuk mencapai tujuan serta *personal resources* yang merupakan sumber daya pribadi yang meliputi keyakinan terhadap diri sendiri. Penelitian van Zyl *et al.* (2022) menyatakan bahwa *grit* termasuk dalam *personal resource*. *Grit* memiliki dua dimensi yaitu konsistensi akan minat dan ketekunan dalam berusaha, dan dikatakan dapat merangsang dimensi pada variabel *work engagement* yaitu semangat (*vigor*) dalam pekerjaannya sehingga mampu meningkatkan kinerja di suatu organisasi (Gonlepa *et al.* 2023). Mereka yang memiliki semangat (*vigor*) dalam pekerjaannya selalu penuh energi dan bersemangat untuk melakukan pekerjaannya. Pekerja yang terlibat dan mampu tenggelam dengan pekerjaannya dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *grit* yaitu minat. Individu yang mampu menikmati pekerjaannya dalam jangka waktu yang lama akan menimbulkan minat yang menjadi faktor internal yang mempengaruhi *grit*. Dengan *grit* yang tinggi, individu mampu untuk tidak mudah menyerah bahkan ketika ada rintangan dalam pekerjaannya bahkan menjadikan kegagalan sebagai cambuk agar makin berusaha dalam mencapai tujuan dan merupakan individu yang tekun dalam bekerja

sehingga kesimpulan yang ditemukan adalah *grit* dapat mempengaruhi *work engagement* pekerja di industri ekonomi kreatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *grit* memengaruhi *emotional intelligence* atau dengan kata lain hipotesis 3 diterima dengan nilai *t-statistics* 14,919 dan *p value* 0,000. *Emotional intelligence* merupakan bentuk kecerdasan sosial yang mencakup pemahaman akan emosi dan informasi yang diterima serta kapasitas untuk mengelolanya (Kwapisz *et al.* 2022). *Emotional intelligence* juga mencakup kompetensi interpersonal dan intrapersonal, manajemen stres, serta kemampuan untuk beradaptasi dan mengendalikan suasana hati (Zarifsanaiey *et al.* 2022). Kompetensi ini penting untuk dimiliki oleh individu bahkan dalam berbagai konteks. Kecerdasan emosional inilah yang dapat mempertahankan ketekunan serta minat mereka terhadap suatu hal atau pekerjaan meskipun dihadapkan oleh tantangan. Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaji hubungan antara *grit* dengan *emotional intelligence* seseorang. Penelitian Ain *et al.* (2021) menyatakan bahwa tingkat *emotional intelligence* seseorang dipengaruhi oleh *grit* individu tersebut. Semangat dan ketekunan pekerja dalam berusaha untuk mencapai tujuan meskipun mengalami kegagalan dan tantangan dapat mempengaruhi bagaimana individu tersebut dapat memahami emosi yang dirasakannya serta mampu untuk mengendalikan suasana hati. Ketika pekerja dengan *grit* yang tinggi mengalami kegagalan, individu tersebut cenderung mampu bangkit dari keterpurukan dan tetap fokus untuk berusaha mencapai tujuan tersebut, dan sebaliknya. Hal ini menjadi bukti bahwa *grit* yang dimiliki oleh pekerja dapat mempengaruhi kecerdasan emosional individu terlebih ketika mereka dihadapkan oleh tantangan dan kegagalan.

Hipotesis 4 penelitian ini diterima yang artinya *work engagement* memiliki pengaruh terhadap *creativity* pada pekerja di industri ekonomi kreatif dengan nilai *t-statistics* 3,861 dan *p value* 0,000. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu yang kurang terlibat dengan pekerjaannya akan menghasilkan performa yang kurang kreatif, sebaliknya, individu yang sangat terlibat dengan pekerjaannya mampu menerima hal-hal baru dengan cepat dan lebih kreatif (Inam *et al.* 2021). Tingginya semangat, dedikasi, dan penyerapan dari individu dapat menghasilkan perasaan yang positif dalam melakukan pekerjaan. Pekerja yang sangat terlibat dengan pekerjaannya secara penuh dan

aktif melekat dalamnya, memiliki kecenderungan untuk memajukan tujuan organisasi (Chaudhary & Akhouri, 2019).

Hipotesis 5 yaitu *emotional intelligence* memiliki pengaruh terhadap *creativity* pada pekerja di industri ekonomi kreatif dinyatakan diterima dengan nilai *t-statistics* 4,918 dan *p value* 0,000. Penelitian Alzoubi & Aziz (2021) menyatakan bahwa individu dengan *emotional intelligence* yang tinggi cenderung memiliki karakteristik yang menonjol seperti aktif, kreatif, dan fleksibel dalam bersosialisasi serta mempertahankan motivasi. Individu dengan kecerdasan emosional yang tinggi juga mampu memahami emosi yang ada dan berusaha untuk mengelolanya dengan baik, yang mana hal ini merupakan bahan bakar yang perlu dimiliki oleh orang yang kreatif. Sebaliknya, individu dengan kecerdasan emosional yang rendah menghasilkan sosok yang tidak bisa mengontrol emosi, dipengaruhi oleh emosi, dan dapat sangat mudah merasakan stres. Individu perlu faktor internal berupa kepribadian umum yang baik untuk mendorong kreativitas individu dalam menyelesaikan masalah maupun melakukan tugas kerja. Penelitian Rodrigues *et al.* (2019) menunjukkan adanya pengaruh antara *emotional intelligence* dan *creativity*. Penelitian tersebut menjelaskan pentingnya kreativitas untuk melahirkan ide baru yang didorong oleh emosi, hal itu didasari oleh pemahaman bahwa *creativity* merupakan hasil dari emosi. Dengan kecerdasan emosional yang baik, individu mampu menuangkan hal tersebut secara positif ke dalam ide-ide baru dan segar.

Hipotesis 6 pada penelitian ini diterima yang artinya *grit* berpengaruh terhadap *creativity* melalui *work engagement* dengan nilai *t-statistics* 4,505 dan *p value* 0,000. Semangat dan ketekunan merupakan alat ukur utama daripada *grit*. Pekerja yang kreatif memiliki ketekunan yang tinggi, juga memberikan pengaruh yang kuat terhadap kreativitas individu yang menerima penghargaan (Gonlepa *et al.* 2023). Hal ini membuktikan bahwa individu perlu kegigihan dalam menghadapi segala tantangan untuk menjadi kreatif. Penelitian Bakker *et al.* (2020) menyimpulkan bahwa pekerja yang tekun, rajin dan terus terlibat dengan pekerjaannya sangat mungkin untuk menunjukkan peningkatan dalam kinerja kreatif masing-masing individu di tempat kerja. Individu yang melekat dengan pekerjaannya memiliki energi yang cukup tinggi dan antusias dalam mengerjakan pekerjaannya, serta benar-benar tenggelam dalam pekerjaan tersebut. Penelitian

Gonlepa *et al.* (2023) menyatakan bahwa *grit* dapat mempengaruhi *creativity* melalui *work engagement* pada pekerja. Semangat dan ketekunan merangsang individu memiliki gairah akan pekerjaannya dan tenggelam dalamnya. Keterlibatan tersebut apabila berlangsung dalam jangka waktu yang lama, akan menimbulkan kreativitas. Penelitian Gonlepa *et al.* (2023) menyatakan bahwa *grit* dapat mempengaruhi *creativity* melalui *work engagement* pada pekerja. Semangat dan ketekunan merangsang individu memiliki gairah akan pekerjaannya dan tenggelam dalamnya. Keterlibatan tersebut apabila berlangsung dalam jangka waktu yang lama, akan menimbulkan kreativitas. Hal ini juga berkaitan dengan saran dari penelitian sebelumnya untuk meneliti objek penelitian yaitu pekerja yang tidak bekerja sambil melakukan studi, karena mereka cenderung lebih fokus terhadap pekerjaan yang dilakukannya. Kriteria responden yang bekerja pada industri ekonomi kreatif selama lebih dari satu tahun juga mendukung opini bahwa keterlibatan pekerja dalam pekerjaannya dalam jangka waktu yang lama mampu menimbulkan kreativitas dalam pekerjaannya sehingga kesimpulan yang ditemukan adalah *grit* pekerja dapat mempengaruhi kreativitasnya dalam bekerja melalui *work engagement* sebagai variabel mediasi pada industri ekonomi kreatif.

Hipotesis terakhir pada penelitian ini diterima bahwa *grit* berpengaruh terhadap *creativity* melalui *emotional intelligence* dengan nilai *t-statistics* 3,619 dan *p value* 0,000. Pekerja yang menunjukkan semangat serta ulet dalam bekerja dapat secara positif mengubah nilai yang melekat pada masing-masing individu dan mampu untuk menyalakan kreativitas dalam bekerja (Chaudhary & Akhouri, 2019; Ran *et al.* 2022). *Creativity* dijabarkan sebagai hasil dari emosi masing-masing individu, sehingga emosi turut berperan terhadap *creativity* yang dihasilkan oleh individu. SDM di Indonesia disebut kurang kreatif dalam mengimplementasikan ilmu yang mereka miliki, padahal mereka sedang bersaing di era revolusi industri 4.0 yang menjadikan *creativity* sebagai *skill* yang wajib dimiliki oleh individu. Kemampuan untuk mengendalikan emosi memiliki peran yang penting terhadap ketekunan individu dalam mencapai tujuan. Penting bagi individu untuk tetap tenang dan mengendalikan amarah bahkan ketika sedang dihadapkan dengan masalah dan hal ini sangat berlaku kepada individu yang bekerja di industri ekonomi kreatif yang serba dinamis. Penelitian ini menggunakan variabel mediasi kedua berupa *emotional intelligence* karena berupaya untuk mengikuti arahan dari penelitian

oleh Gonlepa *et al.* (2023) untuk menambahkan lebih banyak variabel mediasi pada hubungan antara *grit* dan *creativity*.

Sejauh ini, belum ada penelitian yang menguji peran *emotional intelligence* dalam hubungan antara *grit* dengan *creativity* sehingga penelitian ini merupakan langkah awal. Kemampuan untuk mengendalikan emosi memiliki peran yang penting terhadap ketekunan individu dalam mencapai tujuan (Ain *et al.* 2021). Penting bagi individu untuk tetap tenang dan mengendalikan amarah bahkan ketika sedang dihadapkan dengan tantangan. Sedangkan, semangat dan ketekunan pekerja dalam berusaha untuk mencapai tujuan meskipun mengalami kegagalan dan tantangan dapat mempengaruhi bagaimana individu tersebut dapat memahami emosi yang dirasakannya serta mampu untuk mengendalikan suasana hati. Individu dengan kecerdasan yang tinggi untuk mengelola emosi ini menurut Alzoubi & Aziz (2021) cenderung memiliki karakteristik yang menonjol seperti aktif, kreatif, dan fleksibel dalam bersosialisasi serta mempertahankan motivasi.

### Implikasi Manajerial

Kreativitas merupakan sarana utama untuk organisasi tanggap dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang tidak terduga. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi berupa wawasan mengenai pengelolaan kreativitas SDM bagi pemimpin dan praktisi industri ekonomi kreatif. Manajer perlu memberikan kesempatan pada pekerja untuk berkembang dalam kegiatan seperti pelatihan atau pengembangan yang menumbuhkan *grit*. Manajer juga perlu menciptakan iklim kerja yang mendorong pekerja untuk lebih terlibat dalam pekerjaannya seperti memberikan kesempatan belajar yang sama pada masing-masing pekerja, memberikan keterlibatan pekerja dalam pengambilan keputusan, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif. Manajer juga perlu memberikan pekerjaan yang memiliki tantangan karena individu dengan *grit* yang tinggi perlu tantangan untuk dapat mengembangkan *grit*-nya dan memberikan kemungkinan akan meningkatkan keterikatan dengan pekerjaan. Namun, tantangan-tantangan itu juga perlu diimbangi dengan kecerdasan untuk mengelola emosi untuk bangkit dari perasaan yang menekan. Setiap individu memiliki kecerdasan emosional, tetapi perlu dukungan dari lingkungan eksternal untuk meningkatkan pengendalian terhadap

emosi. Manajer dapat berperan sebagai *mentor* dan *coach* untuk membentuk kecerdasan emosi yang baik pada pekerja. Maka dari itu, perlu adanya kegiatan yang memungkinkan pekerja untuk lebih mengenal diri sendiri dan mampu belajar mengerti keadaan orang lain.

Selain itu, manajer dapat memberikan pekerja sebuah tanggung jawab yang memerlukan pengambilan keputusan dan kerja sama tim, sehingga pekerja dapat memiliki peran di luar dirinya atau dapat diinterpretasikan seperti bermain peran. Hal ini memberikan stimulasi kepada individu untuk belajar tentang emosi-emosi yang dirasakan dan juga belajar mengerti bagaimana keadaan orang lain. Tidak hanya itu, manajer juga dapat menetapkan tujuan individu dalam bekerja atau target sehingga pekerja mampu untuk terus mengembangkan strategi baru agar dapat mencapai tujuan tersebut. Manajer juga dapat menempatkan pekerja pada situasi dimana mereka diharuskan untuk dapat bekerja dengan tim untuk memunculkan interaksi yang mampu mempengaruhi kreativitas. Evaluasi konstruktif yang berorientasi pada pengembangan tentunya perlu dilakukan manajer terhadap pekerjanya, sehingga mereka dapat terus menciptakan pendekatan-pendekatan baru dan kreatif untuk menjadi pekerja yang lebih baik lagi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *grit* tidak dapat secara langsung memengaruhi *creativity*. Tetapi, keberadaan *work engagement* dan *emotional intelligence* dapat memengaruhi hubungan antara *grit* dan *creativity* pada pekerja di industri ekonomi kreatif. Individu yang semangat dan tekun dalam pencapaian tujuan dapat menghasilkan individu yang terlibat dengan pekerjaannya memiliki energi yang cukup tinggi dan antusias dalam mengerjakan pekerjaannya, serta benar-benar tenggelam dalam pekerjaan tersebut sehingga, keterlibatan tersebut apabila berlangsung dalam jangka waktu yang lama, akan menimbulkan kreativitas pada individu. Individu yang memiliki *grit* akan mampu untuk mengendalikan suasana hatinya meskipun mengalami kegagalan ataupun tantangan. Hasil daripada emosi positif ini yang akan berkontribusi terhadap *creativity*.

## Saran

Berdasarkan temuan ini, dalam jangka pendek, pemimpin dan praktisi industri ekonomi kreatif perlu untuk meningkatkan keterlibatan pekerja melalui pelatihan dan dukungan yang ditargetkan, sementara para pemimpin perlu mengatasi masalah motivasi dengan menyediakan peluang pengembangan yang disesuaikan. Selain itu, praktisi industri ekonomi kreatif dapat memberikan kesempatan kepada pekerja untuk terus belajar di dalam maupun luar organisasi serta kesempatan dalam pengambilan keputusan dalam pekerjaannya sehingga pekerja dapat merasa lebih terlibat dan antusias dalam pekerjaannya. Lingkungan kerja yang kondusif namun tetap memberikan tantangan juga perlu dibina dalam jangka panjang dalam upaya untuk mendorong kecerdasan emosional dan inovasi pekerja. Organisasi juga dapat meningkatkan *teamwork* dalam organisasi serta mampu memberikan saran dan masukan yang konstruktif untuk membawa pekerja ke dalam kesempatan menciptakan ide-ide baru dalam upaya untuk memecahkan masalah.

Melalui hasil dari penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada pekerja adalah pekerja diharapkan dapat aktif mengikuti atau menggunakan fasilitas yang disediakan oleh organisasi dalam rangka untuk meningkatkan minat, tujuan, praktik, serta harapan dalam pekerjaan sehingga dapat lebih mengenal minat dan tujuan mereka dalam pekerjaannya. Pekerja perlu secara aktif mengambil kesempatan untuk terus belajar dan berani dalam mengambil keputusan secara mandiri ketika diberi kesempatan. Di sisi lain, pekerja perlu mengambil jeda sejenak sebelum bertindak untuk belajar mengerti dan mengontrol emosi-emosi yang dirasakannya ketika berada pada kondisi tertentu saat bekerja. Hal ini berguna agar pekerja menjadi lebih peka terhadap emosi yang dirasakan dan mampu mengontrolnya dengan baik dalam melakukan pekerjaan. Tidak hanya itu, pekerja dapat terus belajar ilmu-ilmu yang diperlukan dalam industri ini dan mengelilingi diri dengan rekan kerja maupun *role model* yang menghargai dan mendorong penciptaan kreativitas pekerja.

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya pada subsektor fesyen, kriya, dan kuliner di industri ekonomi kreatif dalam meneliti variabel *grit*, *work engagement*, *emotional intelligence*, dan *creativity* sehingga diharapkan penelitian selanjutnya mampu memperluas objek penelitian pada subsektor lainnya. Selain itu,

penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan subjek penelitian seperti supervisor atau rekan kerja agar penilaian kreativitas lebih akurat. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel mediasi lainnya seperti contohnya *performance feedback* atau *organizational commitment*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal D, Chukkali S, Singh S. 2022. Antecedents and consequences of grit among working adults: A transpersonal psychology perspective. *Frontiers in Psychology* 13: 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.896231>
- Ain NU, Munir M, Suneel I. 2021. Role of emotional intelligence and grit in life satisfaction. *Heliyon* 7(4): 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06829>
- Alzoubi HM, Aziz R. 2021. Does emotional intelligence contribute to quality of strategic decisions? The mediating role of open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 7(2): 1-20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020130>
- Anam K. 2022. *Kemampuan digital pekerja Indonesia belum memadai, kenapa?* <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220810100050-4-362542/kemampuan-digital-pekerja-indonesia-belum-memadai-kenapa>. [5 Maret 2023]
- Asif *et al.* 2019. Ethical leadership, affective commitment, work engagement, and creativity: Testing a multiple mediation approach. *Sustainability* 11(16): 1-16. <https://doi.org/10.3390/su11164489>
- Bakker AB, Albrecht, S. 2018. Work engagement: current trends. *Career Development International* 23(1): 4-11. <https://doi.org/10.1108/CDI-11-2017-0207>
- Bakker AB *et al.* 2020. Proactive vitality management, work engagement, and creativity: The role of goal orientation. *Applied Psychology* 69(2): 351-378. <https://doi.org/10.1111/apps.12173>
- Chaudhary R, Akhouri A. 2019. CSR perceptions and employee creativity: Examining serial mediation effects of meaningfulness and work engagement. *Social Responsibility Journal* 15(1): 61-74. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2018-0018>
- Darvishmotevali M, Altinay L, De Vita G. 2018. Emotional intelligence and creative performance: Looking through the lens of environmental uncertainty

- and cultural intelligence. *International Journal of Hospitality Management* 73: 44–54. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.014>
- Datu JAD. 2021. Beyond passion and perseverance: Review and future research initiatives on the science of grit. *Frontiers in Psychology* 11, Article 545526. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.545526>
- de Waal A *et al.* 2022. How to stay high-performing: developing organizational grit. *Measuring Business Excellence* 27(1): 25-39. <https://doi.org/10.1108/MBE-08-2021-0104>
- Disabato DJ, Goodman FR, Kashdan TB. 2019. Is grit relevant to well-being and strengths? Evidence across the globe for separating perseverance of effort and consistency of interests. *Journal of Personality* 87(2): 194–211. <https://doi.org/10.1111/jopy.12382>
- Farida NF, Hendarsjah H. 2022. Peran pelatihan dengan mediasi kesesuaian pekerjaan, pembelajaran, dan keterlibatan kerja terhadap kinerja pegawai pemerintah Kota Madiun. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 8(1): 1-12. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.302>
- Febrianty F *et al.* 2020. *Manajemen perubahan perusahaan di era transformasi digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Gonlepa MK, Dilawar S, Amosun TS. 2023. Understanding employee creativity from the perspectives of grit, work engagement, person organization fit, and feedback. *Frontiers in Psychology* 13: 1-14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1012315>
- Grohman MG *et al.* 2017. The role of passion and persistence in creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts* 11(4): 376–385. <https://doi.org/10.1037/aca0000121>
- Hair J F *et al.* 2021. *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature Switzerland AG.
- Inam A *et al.* 2021. Fostering creativity and work engagement through perceived organizational support: The interactive role of stressors. *SAGE Open* 11(3): 1-16. <https://doi.org/10.1177/21582440211046937>
- Jordan SL *et al.* 2019. The roles of grit in human resources theory and research. *Research in Personnel and Human Resources Management* 37: 53–88. <https://doi.org/10.1108/S0742-730120190000037003>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2020. Disiplin 3M, kunci utama tekan penularan Covid-19. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/29899/disiplin-3m-kunci-utama-tekan-penularan-covid-19/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/29899/disiplin-3m-kunci-utama-tekan-penularan-covid-19/0/sorotan_media). [9 Maret 2023].
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2021. Penguatan ekosistem digital dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Penguatan-Ekosistem-Digital-dalam-Sektor-Ekonomi-Kreatif-di-Indonesia>. [4 Maret 2023].
- Kim M, Lee J, Kim J. 2019. The role of grit in enhancing job performance of frontline employees: the moderating role of organizational tenure. *Advances in Hospitality and Leisure* 15: 61–84. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220190000015004>
- Kim MY, Lee HJ. 2022. Does grit matter to employees' quality of work life and quality of life? the case of the Korean public sector. *Public Personnel Management* 51(1): 97–124. <https://doi.org/10.1177/00910260211012713>
- Kwapisz A *et al.* 2022. Entrepreneurial action and intention: The role of entrepreneurial mindset, emotional intelligence, and grit. *Entrepreneurship Education and Pedagogy* 5(3): 375–405. <https://doi.org/10.1177/2515127421992521>
- Mubarak F, Noor A. 2018. Effect of authentic leadership on employee creativity in project-based organizations with the mediating roles of work engagement and psychological empowerment. *Cogent Business and Management* 5(1): 1-14. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1429348>
- Nguyen H. 2021, Maret 19. Roughly a third of consumers globally engaged with social media ads more amid the pandemic. <https://yougov.co.uk/topics/entertainment/articles-reports/2021/03/19/global-social-media-ad-engagement-poll>. [9 Maret 2023].
- Noor NMM *et al.* 2022. Validation and translation of the relational aspect of care questionnaire into the Malay language (RAC-QM) to evaluate the compassionate care level of healthcare workers from the patient's perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19(20): 1-15. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013486>

- Phuong TH, Takahashi K. 2021. The impact of authentic leadership on employee creativity in Vietnam: A mediating effect of psychological contract and moderating effects of subcultures. *Asia Pacific Business Review* 27(1): 77–100. <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.1847467>
- Pradipta HA, Martdianty F. 2023. Effect of flexible working arrangement on employee performance: Mediating role of work engagement and supervisor support in Indonesia digital startup. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 9(2): 512-522. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.512>
- RanZou *et al.* 2022. The impact of emotional intelligence on career decision-making difficulties and generalized self-efficacy among university students in China. *Psychology Research and Behavior Management* 15: 865–874. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S358742>
- Rodrigues AP *et al.* 2019. The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Education and Training* 61(7–8): 870–894. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2018-0026>
- Schutt E, Torrence B. 2022. Resilience, grit, and stress mindset as predictors of air traffic control training success. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting* 66(1): 838–842. <https://doi.org/10.1177/1071181322661368>
- Shafi M *et al.* 2020. The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation. *Asia Pacific Management Review* 25(3): 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.12.002>
- Silva D, Coelho A. 2019. The impact of emotional intelligence on creativity, the mediating role of worker attitudes and the moderating effects of individual success. *Journal of Management & Organization* 25(02): 284–302. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.60>
- Sun J. 2022. Grit and resilience as predictors of creativity among Chinese English as a foreign language teachers. *Frontiers in Psychology* 13: 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.923313>
- Sun S *et al.* 2020. Crafting job demands and employee creativity: A diary study. *Human Resource Management* 59(6): 569–583. <https://doi.org/10.1002/hrm.22013>
- Umam K. 2018. SDM yang kreatif, inovatif, dan produktif. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jateng/baca-artikel/12739/SDM-yang-Kreatif-Inovatif-dan-Produktif.html>. [5 Maret 2023].
- van Zyl LE *et al.* 2022. Person-environment fit and task performance: exploring the role(s) of grit as a personal resource. *Current Psychology* 42: 23560-23579. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03461-9>
- Widodo W, Gunawan RMB. 2021. Effect of grit on the teaching creativity of Indonesian teachers: The mediating role of organizational commitment and knowledge management. *Cogent Education*, 8(1): 1-17. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.2006111>
- WonderfulIndonesia.n.d. 17 creative economy subsectors in Indonesia that you must know!. [https://www.indonesia.travel/id/en/trip-ideas/17-creative-economy-subsectors-in-indonesia-that-you-must-know#:~:text=Here%20is%20the%20complete%20list,fashion%2C%20craft%2C%20and%20culinary](https://www.indonesia.travel/id/en/trip-ideas/17-creative-economy-subsectors-in-indonesia-that-you-must-know#:~:text=Here%20is%20the%20complete%20list,fashion%2C%20craft%2C%20and%20culinary.). [9 Maret 2023].
- World Economic Forum. 2020. The future of jobs report 2020. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/>. [9 Maret 2023].
- Yodchai N, Ly PTM, Tran LTT. 2022. Co-creating creative self-efficacy to build creative performance and innovation capability for business success: A meta-analysis. *Creativity Studies* 15(1): 74–88. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.13852>
- Zarifsanaiey N *et al.* 2022. The effects of digital storytelling with group discussion on social and emotional intelligence among female elementary school students. *Cogent Psychology* 9(1): 1-16. <https://doi.org/10.1080/23311908.2021.2004872>