

Towards Sustainable Success: The Role of Growth Mindset in Building Grit in Multi-Level Business Marketing Members

Menuju Sukses yang Berkelanjutan: Peran Growth Mindset dalam Membangun Grit Pada Member Bisnis Multi Level Marketing

Fadillah Rizki Ramadina¹, Abdul Aziz²

^{1,2} Department of Psychology, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: ¹fadillahrira@gmail.com , ²abdulazis@mail.unnes.ac.id

| Artikel Info | ABSTRACT |
|--|--|
| Riwayat Artikel: Penyerahan 2024-08-07 Revisi 2024-10-03 Diterima 2024-12-20 | <i>Long-term success in a multi-level marketing business environment is a dream for members. But given the challenges and high failure rate in MLM business. Grit becomes an important factor for success. Growth mindset, the belief that abilities can be developed through dedication and hard work. Growth mindset is assumed to influence grit, which is a combination of passion and perseverance to achieve long-term goals. This study aims to examine the role of growth mindset in building grit in multi-level marketing business members. The data in this study were obtained through questionnaire answers to respondents. The sample in this study amounted to 135 respondents. Data analysis in this study used simple linear regression analysis. The results of this study indicate a positive effect of growth mindset on grit in mlm members. Growth mindset affects grit in all aspects, namely consistency of interest and perseverance of effort positively. This means that if there is an increase in growth in mindset, the higher the grit will be. The results of the study are expected to contribute to the development of training strategies and self-development for MLM members, so that they can increase their grit and achieve success in business.</i> |
| Keyword: Growth Mindset; Grit; Multi Level Marketing | |

| ABSTRAK | Kata Kunci |
|--|--|
| <p>Kesuksesan jangka panjang pada lingkungan bisnis multi level marketing menjadi impian bagi member bisnis. Namun mengingat tantangan dan tingkat kegagalan yang tinggi dalam bisnis MLM. Grit menjadi faktor penting bagi keberhasilan. Growth mindset, yaitu keyakinan bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui dedikasi dan kerja keras. Growth mindset diasumsikan dapat mempengaruhi grit, yaitu kombinasi dari passion dan perseverance untuk mencapai tujuan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran growth mindset dalam membangun grit pada member bisnis multi-level marketing. Data pada penelitian ini didapat melalui Jawaban kuesioner pada responden. Sampel pada penelitian ini berjumlah 135 responden. Analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif growth mindset terhadap grit pada member mlm. Growth mindset mempengaruhi grit pada semua aspek yaitu konsistensi minat dan ketekunan usaha secara positif. Hal tersebut mengartikan apabila terjadi peningkatan pada growth mindset maka akan semakin tinggi grit yang dimiliki. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pelatihan dan pengembangan diri bagi member MLM, sehingga dapat meningkatkan grit serta mencapai kesuksesan dalam bisnis.</p> | <p>Growth Mindset; Grit; Multi Level Marketing</p> |

Copyright (c) 2024 Fadillah Rizki Ramadina, Abdul Aziz

Korespondensi:

Fadillah Rizki Ramadina

Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: fadillahrira@gmail.com



LATAR BELAKANG

Dalam beberapa dekade ini sistem bisnis multi level marketing berkembang pesat serta menjadi perbincangan (Koroth & Sarada, 2012). Pada website APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) saat ini bisnis dengan sistem multi level marketing di Indonesia terdapat sejumlah 92 perusahaan yang terdaftar. Sistem bisnis multi level marketing dijadikan suatu alat yang strategis untuk meningkatkan pendapatan serta lapangan pekerjaan (Jain et al., 2015). Hal tersebut dikarenakan semua orang dapat bergabung serta memperoleh manfaat dari sistem ini, tanpa memandang usia, kemampuan, atau pengalaman (Koroth & Sarada, 2012). Saat ini pencari kerja tidak hanya laki-laki melainkan banyak juga dari kalangan wanita (Achmad & Putro, 2023).

Multi Level Marketing menggunakan teknik pemasaran langsung dan afiliasi, serta berfokus menggunakan pendekatan dengan digital dan dari mulut ke mulut (Koroth & Sarada, 2012). Dalam praktiknya bisnis ini terdapat pengarahan serta bimbingan dalam menjalani bisnis (Nuryasman, 2008). Bisnis Multi Level marketing memberikan peluang dengan biaya minimum serta fleksibel waktu (Koe & Nga, 2011). Adanya sistem kerja yang lebih fleksibel hingga membuat banyak orang tertarik untuk bergabung serta menemukan cara kerja yang baik (Nadlifatin et al., 2021).

Bisnis dengan sistem multi level marketing sering dikenal dengan *direct selling* dimana member menjadi distributor perusahaan serta dalam menjalankan bisnis dengan penjualan produk serta perekrutan anggota baru (Liu & Leach, 2001). Sistem Multi Level Marketing menerapkan skema kompensasi yang terdiri dari komisi serta bonus dengan penjualan produk serta perekrutan (Koe & Nga, 2011). Dalam bisnis multi level marketing terdapat jenjang karir yang jelas (Lestari, 2021). Bertahan dalam bisnis multi level marketing membutuhkan perluasan jaringan yang kuat (Jain et al., 2015).

Tantangan menjadi member bisnis multi level marketing banyak individu menganggap untuk menjalankan bisnis tersebut hal yang mudah, tetapi setelah bergabung merasa kesulitan untuk menjalani bisnis tersebut sehingga banyak yang tidak bertahan lama pada bisnis Multi Level Marketing (Groß & Vriens, 2019; Reingewertz, 2021). Bergabung dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing yang seringkali mendapat penolakan dari siklus penjualan yang tidak pasti (Boichuk et al., 2014). Proses untuk mencapai suatu level dapat dicapai dalam jangka waktu yang lama sehingga untuk tetap bertahan mencapai tujuan jangka panjang serta tetap bertahan dalam lingkungan yang penuh tantangan dan kompetitif (Rapp et al., 2014). Pencapaian individu dalam mencapai suatu level tidak dihitung dari berapa lama bergabung, tetapi dilihat dari seberapa keras usaha individu tersebut dapat meningkatkan level jenjang karir yang disediakan (Lestari, 2021).

Individu mengikuti jenjang karir yang ada di dalam sistem multi level marketing untuk keberhasilan serta memperbaiki kehidupan yang lebih baik. Keberhasilan dapat dicapai dengan bersikap konsisten terhadap minat dan tekun

dalam mencapai tujuan (Duckworth et al., 2007; Nastiti et al., 2022). Sistem Multi level marketing bergantung pada perekrutan dan penjualan produk secara pribadi, memerlukan ketahanan, dan komitmen tingkat tinggi terhadap tujuan jangka panjang (Alhadabi & Karpinski, 2019; Zhang et al., 2022). Individu yang bertahan dalam setiap kondisi memikirkan mengenai tujuan jangka panjang dan selalu bersemangat walaupun membutuhkan waktu yang cukup lama (Bateman & Barry, 2012). Individu yang memiliki *grit* tidak menyerah dalam rintangan yang seringkali menghalangi tujuan jangka panjang yang diharapkan (Duckworth et al., 2007).

Grit merupakan personality trait yang mempengaruhi sikap dan perilaku manusia dalam berbagai konteks (Duckworth & Quinn, 2009; Eskreis-Winkler et al., 2014). Grit memiliki dua aspek diantaranya kegigihan dalam berusaha dan konsistensi minat (Duckworth & Quinn, 2009). Aspek pertama menunjukkan fokus dan komitmen terhadap serangkaian tujuan penting dan dalam aspek yang kedua jumlah percobaan dibuat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Silvia et al., 2013). Masing-masing aspek mengacu pada kecenderungan untuk tidak melakukan perubahan tujuan dan kepentingan serta akan bekerja keras meskipun mendapatkan suatu kegagalan (Credé et al., 2017). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada 208 karyawan jasa swasta di Italy menunjukkan bahwa *grit* dapat mengurangi efek negatif dari kelelahan pada perilaku tempat kerja yang produktif (Ceschi et al., 2016). Individu yang tangguh tetap melakukan pekerjaan dengan baik saat menghadapi stress dan kegagalan yang berulang. Penelitian yang dilakukan menghasilkan bahwa *grit* mempunyai hubungan positif dengan keseluruhan kesejahteraan psikologi dan kepuasan hidup (Vainio & Daukantaitė, 2016). Pentingnya ketekunan jangka panjang untuk mencapai tujuan yang sulit dibandingkan kontribusi bakat terhadap hasil kesuksesan (Duckworth et al., 2007; Eskreis-Winkler et al., 2014).

Berdasarkan teori intensitas motivasi, sifat dapat mempengaruhi suatu upaya serta mendorong adanya perancangan tujuan lebih atau kurang penting dengan menggunakan pencapaian tujuan (Silvia et al., 2013). Saat suatu tujuan dirasa lebih bernilai serta bermakna dengan konsep diri, individu bersedia mengeluarkan lebih banyak usaha (Gendolla & Richter, 2010). Grit menerapkan fungsi dari faktor pada teori intensitas motivasi yaitu pentingnya suatu keberhasilan dan kesulitan dalam mencapai tujuan (Silvia et al., 2013).

Hasil temuan penelitian yang dilakukan pada 147 tenaga penjualan B2B *business to business* yang dilakukan di Amerika serikat terdapat temuan dimana individu yang memiliki *grit* yang tinggi akan menunjukkan daya saing yang tinggi (Dugan et al., 2019). Individu yang memiliki *grit* tinggi menunjukkan adanya tingkat kinerja yang lebih tinggi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan pada 383 mahasiswa di Portugal mendapati hasil bahwa *grit* memiliki efek positif pada kinerja individu dalam pembelajaran, kepuasan

terhadap sistem teknologi baru (Aparicio et al., 2017). Hal tersebut sangat penting ketika tenaga penjualan harus mempelajari teknologi baru untuk mempromosikan produk.

Grit menjadi pendorong penting bagi individu yang berkecimpung pada pekerjaan dengan lingkungan tingkat kegagalan yang tinggi misalnya dalam pemasaran (Bartone et al., 2008). Pentingnya menetapkan serta mencapai tujuan merupakan salah satu konsep utama yang berkaitan dengan pemasaran dan perilaku manusia (Baum & Locke, 2004). Bagi Individu sangat penting untuk memiliki keyakinan bahwa mereka dapat menghadapi suatu tantangan yang akan dihadapi untuk mencapai tujuan mereka (Wolfe & Patel, 2016). Individu dengan mengambil resiko memiliki pengaruh positif terhadap sikap individu yang terlibat pada bidang pemasaran (Lüthje & Franke, 2003). Sebaliknya individu yang cenderung mengambil risiko lebih rendah akan mengalami ketabahan yang sama (Wolfe & Patel, 2016). Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *grit* diantaranya pendidikan, usia, conscientiousness, self-discipline, strategi, Growth Mindset, dan self-control (Duckworth et al., 2007).

Mindset adalah cara berpikir atau cara pandang seseorang digunakan untuk memahami dunia (Dweck, 2006). Growth Mindset adalah keyakinan bahwa kecerdasan dapat ditempa dan bahwa seseorang dapat menumbuhkan kecerdasannya dan mencapai tujuan mereka melalui kerja keras dan dedikasi sedangkan Fixed Mindset adalah keyakinan bahwa bakat dan kecerdasan tidak dapat diubah (Dweck, 2006). Bagi seseorang yang memiliki pandangan bahwa kecerdasan dan kemampuan yang ada dalam dirinya dapat dikembangkan digambarkan memiliki pola pikir berkembang dan seseorang yang memiliki pandangan bahwa kecerdasan dan kemampuannya tidak dapat diubah menggambarkan pola pikir tetap (Elliott & Dweck, 1988). Individu memiliki Growth Mindset lebih cenderung mengeluarkan upaya untuk memberikan pembelajaran dengan menantang kegagalan. Bagi individu Fixed Mindset kualitas dirinya sudah tertanam dari lahir serta jika berusaha lebih akan dianggap hal yang sia-sia (Blackwell et al., 2007).

Setiap individu memiliki kemampuan untuk maju seiring berjalannya waktu, sehingga mendefinisikan kegagalan dan kemunduran sebagai cara untuk dijadikan peluang. Seseorang yang memiliki fixed mindset cenderung menghindari pengalaman baru serta cenderung memilih tugas yang sudah dikuasai (Han & Stieha, 2020). Growth Mindset sehingga menumbuhkan gagasan bahwa setiap kesulitan terdapat Solusi untuk memperbaiki masalah (Yeager & Dweck, 2012). Merujuk pada penelitian memiliki subjek sebanyak 81 pemain sepak bola.

Temuan dalam penelitian ini berupa atlet yang percaya bahwa kemampuan dapat ditempa atau Growth Mindset serta menganggap suatu kesuksesan dapat ditentukan dari peningkatan dan penguasaan pribadi melalui kerja keras dan usaha, dimana hal tersebut mendukung orientasi terhadap tujuan serta tingkat *grit* yang lebih tinggi. Growth Mindset pada atlet dan orientasi tujuan tugas mengarah pada perilaku dalam konteks kinerja (Bandura, 1978). Kinerja yang dihasilkan dari Growth Mindset dapat mempengaruhi

persepsi positif individu terhadap umpan balik yang mereka terima (Forsythe & Johnson, 2017).

Dalam konteks kewirausahaan dan wirausaha, *grit* muncul sebagai faktor penting. Pengusaha yang menunjukkan tingkat kegigihan yang lebih tinggi cenderung lebih berhasil dalam usaha mereka, karena mereka lebih mampu menghadapi tantangan dan ketidakpastian yang melekat dalam kegiatan kewirausahaan (Bullough & Renko, 2013). Salah satu faktor yang dapat berkontribusi pada pengembangan *grit* adalah growth mindset seseorang. Individu dengan growth mindset percaya bahwa dengan kemampuan dan kecerdasan mereka dapat dikembangkan melalui usaha dan kegigihan, sedangkan mereka yang memiliki fixed mindset percaya bahwa kemampuan mereka sebagian besar bersifat bawaan dan tidak dapat diubah.

Penelitian telah menunjukkan bahwa pola pikir berkembang dikaitkan dengan kegigihan yang lebih besar, peningkatan usaha, dan kemauan untuk menghadapi tantangan, yang semuanya merupakan komponen utama *grit*. Dalam konteks bisnis pemasaran bertingkat, anggota seringkali dituntut untuk menunjukkan tingkat *grit* dan ketekunan yang tinggi agar berhasil. Anggota mencari pelanggan baru, memperluas jaringan mereka, dan mengatasi penolakan dan kemunduran, sambil mempertahankan pola pikir yang positif dan termotivasi. Memahami hubungan antara pola pikir berkembang dan *grit* dalam populasi ini dapat memberikan wawasan berharga untuk memilih, melatih, dan mendukung anggota bisnis pemasaran bertingkat yang sukses.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan terdapat temuan bahwa Growth Mindset menjadi prediktor *grit* (Surahman & Iswinarti, 2021). Penelitian mengenai Growth Mindset dan *grit* sudah banyak dilakukan tetapi belum banyak ditemukan referensi untuk penelitian di Indonesia mengenai bisnis dengan sistem Multi Level Marketing. Terjun dalam dunia bisnis serta menerima banyak penolakan menjadikan individu yang bergabung tidak terpengaruh dengan adanya tantangan penolakan persaingan yang dihadapi.

Dengan adanya hal tersebut tertarik untuk mengetahui *grit* individu yang bergabung dalam bisnis Multi Level Marketing. Individu yang bergabung dalam bisnis multi level marketing menunjukkan suatu perilaku yang bervariasi sehingga diperlukan penelitian mendasar untuk mengeksplorasi *grit* pada member MLM. Individu dengan mempertahankan suatu level atau menaikkan level di dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing, selain itu terjun dalam dunia dengan penuh penolakan serta persaingan yang semakin kompetitif. Penulis tertarik dengan topik ini dengan pembeda dari penelitian lain yaitu individu yang bergabung dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing. Penulis merasa masih kurangnya referensi mengenai variabel Growth Mindset dan *Grit* dengan subjek member bisnis Multi Level Marketing.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasi. Penelitian kuantitatif korelasional sendiri adalah

jenis penelitian yang menyelidiki bagaimana perubahan pada salah satu variabel berkorelasi dengan perubahan pada salah satu atau lebih variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2017).

Participants

Minimal pada sample size yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 75 responden dengan asumsi effect size 0.4, statistical power = .95 dan $\alpha = .05$, sample size dihitung menggunakan G*Power Calculator 3.1.9.7 (Faul et al., 2009). Kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah Laki-laki/ Perempuan berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun. Berikutnya Bergabung dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing. Peneliti menggunakan teknik convenience sampling yang dalam menentukan pengambilan sampel berdasarkan elemen ketersediaan konsumen serta kemudahan (Sugiyono, 2019).

Instrumen

Penelitian ini menggunakan 2 instrumen Adapun dalam mengukur Grit menggunakan kuesioner Grit yang telah diadaptasi oleh Silviana Irawati(2022) berdasarkan 2 aspek Consistency of Interest dan Perseverance of Effort dari Angela Lee Duckworth(2007). Penggunaan skala ini untuk melihat frekuensi *grit* pada individu yang bergabung dalam bisnis mlm. Terdapat 24 item favorable dan unfavorable (Irawati, 2022). Uji validitas isi(expert judgment) yang telah dilakukan oleh para ahli serta nilai koefisien reliabilitas 0,945. Skala ini berbentuk skala Likert yang memuat lima pilihan jawaban.

Adapun dalam mengukur Growth Mindset peneliti menggunakan kuesioner Growth Mindset yang telah diadaptasi oleh Isnaeni(2019) yang telah menyesuaikan dengan teori mindset yang dikemukakan oleh Dweck(2006). Berdasarkan dimensi keyakinan bahwa intelegensi, bakat, dan karakter dapat berkembang. keyakinan bahwa tantangan, kesulitan, dan kegagalan penting untuk pengembangan diri, keyakinan bahwa usaha dan kerja keras memberikan kontribusi kesuksesan. keyakinan kritik dan saran orang lain merupakan feedback untuk keberhasilan (Masudah, 2019). Terdapat 18 item favorable dan unfavorable dengan nilai reliabilitas sebesar 0,815 dengan validitas tiap item antara 0,50-0,916.

Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis secara statistik deskriptif untuk menganalisis hasil distribusi data yang telah diperoleh. Metode analisis hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier.

HASIL PENELITIAN

Data Demografi Partisipan

Jumlah sampel dalam penelitian 135 sampel. Dalam penelitian ini mendapati hasil (1686%) responden dengan jenis kelamin perempuan sedangkan responden dengan jenis kelamin laki- laki sebanyak 2114%).

Kategorisasi Skor Partisipan Penelitian

Table 1 Kategorisasi Skor Partisipan

| Variabel | Kategori | Interval | N | % |
|----------------|----------|------------------|----|------|
| Grit | Tinggi | $88 \leq X$ | 38 | 28,1 |
| | Sedang | $66 \leq X < 88$ | 95 | 70,4 |
| | Rendah | $X < 66$ | 2 | 1,5 |
| Growth Mindset | Sedang | $66 \leq X$ | 83 | 61,5 |
| | Tinggi | $42 \leq X < 66$ | 52 | 38,5 |
| | Rendah | $X < 42$ | 0 | 0 |

Berdasarkan diatas partisipan dalam penelitian ini memiliki *grit* pada kategorisasi sedang sebesar 95 partisipan (70.4%). Sedangkan, pada kategorisasi Growth Mindset pada kategori tinggi sebesar 83 partisipan(61,51%).

Uji Linearitas

Table 2. Hasil Uji Linearitas

| Variabel | F Hitung | F Tabel | Sig. |
|---------------------|----------|---------|-------|
| Growth Mindset-Grit | 1,929 | 1,656 | 0,009 |

Berdasarkan tabel2 hasil uji linearitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $p = 0.009 < 0.050$ serta $F \text{ hitung} > F \text{ tabel} = 1.929 > 1,656$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa signifikansi variabel Growth Mindset dan Grit adanya hubungan yang linear.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada penelitian ini mendapatkan hasil taraf signifikansi variabel Growth Mindset sebesar $0,191p > 0,05$) sehingga sebaran data variabel Growth Mindset berdistribusi normal. Sementara itu hasil uji normalitas variabel *grit* sebesar $0,092p > 0,05$) dengan demikian sebaran data variabel *grit* berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil hasil F hitung sebesar 34.13 dengan taraf signifikansi sebesar 0,00. Taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Growth Mindset terhadap Grit.

Analisis Regresi Linear

Table3 Hasil Analisis Regresi

| Variabel | R ² | b(SE) | P | CI(95%CI) |
|-----------|----------------|------------|-------|--------------|
| GM><C[KM] | 0.0642 | .252(.083) | 0,003 | [.087- .417] |
| GM><C[KU] | 0,102 | .258(.067) | 0,001 | [.127 - .39] |

Keterangan : R²= R Square, b (SE) = betastandard error), p = signifikansi, CI= coefficient interval, G = Grit, [KM] = Aspek Konsistensi Minat, [KU] = Aspek Ketekunan Usaha, GM = Growth Mindset

Merujuk pada tabel 3 mendapatkan hasil Growth Mindset memiliki hubungan positif terhadap *grit*. Pengukuran yang didapatkan ialah adanya pengaruh growth mindset pada aspek konsistensi minat dengan nilai beta .252 dengan nilai signifikansi 0,003, dan R square sebesar 0,0642. Hasil perhitungan didapatkan bahwa sumbangan pengaruh growth mindset pada aspek konsistensi minat sebesar 0,642%. Selanjutnya pengukuran growth mindset dengan aspek ketekunan usaha didapatkan nilai beta .258 dengan nilai signifikansi 0,001, dan R square sebesar 0,102. Hasil perhitungan didapatkan bahwa sumbangan pengaruh growth mindset pada aspek ketekunan usaha sebesar 10,2%.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Growth Mindset secara positif mampu memprediksi kemunculan Grit pada setiap aspek. Hasil analisis regresi sederhana memperlihatkan bahwa growth mindset terbukti secara signifikan memiliki peran terhadap *grit* pada member multi level marketing. Jika dilihat dari temuan pada penelitian ini *grit* pada member multi level marketing termasuk dalam kategori sedang. Adapun growth mindset pada member multi level marketing termasuk dalam kategori tinggi. Growth mindset menjadi salah satu prediktor dari *grit* (Duckworth et al., 2007).

Individu yang memiliki *Growth Mindset* akan memilih serta mencari solusi dari permasalahan serta fokus pada tujuannya. Bagi individu yang bergabung dalam bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* memiliki *Growth Mindset* apabila mendapatkan suatu masalah misalnya naik turunnya penjualan serta berada pada level tertentu sehingga dapat mempengaruhi penghasilan akan memikirkan solusi dari permasalahan tersebut. Dengan begitu individu tidak stuck pada level tertentu disebabkan oleh masalah yang dihadapi, tetapi berusaha untuk memperbaiki kesalahan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan pada 81 pemain sepak bola terdapat temuan berupa atlet yang percaya bahwa kemampuan dapat atlet yang percaya bahwa kemampuan dapat ditempa serta menganggap suatu kesuksesan dapat ditentukan dari peningkatan dan penguasaan pribadi melalui *multi level marketing*.

Salah satu aspek utama dari kegigihan adalah ketekunan usaha yang mengacu pada kemampuan untuk mempertahankan usaha dan komitmen terhadap suatu tujuan, bahkan saat menghadapi kemunduran, kegagalan, dan kemajuan yang stagnan. Ketekunan sangat penting untuk mempertahankan tujuan jangka panjang, karena individu harus mampu mengatasi tantangan dan terus berusaha untuk mencapai tujuan mereka (Fun et al., 2023). Ketekunan dalam berusaha dapat mengarahkan tingkat kinerja yang lebih tinggi untuk mengatasi kemunduran atau stuck pada posisi tersebut hal yang penting dalam bidang yang berhubungan dengan penjualan dimana seringkali menerima penolakan (Dugan et al., 2019). Adapun kritik dijadikan sebagai bentuk dari dukungan sosial sehingga menjadikan meningkatnya keinginan terus berusaha (Khusna & Ulya, 2024)

Adapun meta analisis yang mengemukakan bahwa terdapat korelasi dalam kategori sedang hingga kuat diantara aspek ketekunan dalam berusaha dengan kepuasan kerja (Credé et al., 2017). Ketekunan harus mengarah pada tingkat kinerja yang lebih tinggi mengingat hubungannya dengan mengatasi kemunduran, yang sangat penting dalam konteks penjualan mengingat seringnya penolakan terkait dengan profesi tersebut (Boichuk et al., 2014). Selain itu, meskipun terlihat di berbagai bidang, hubungan positif antara ketabahan dan kinerja dianggap sangat penting dalam konteks yang melibatkan tingkat kesulitan yang tinggi, seperti wirausaha yang berusaha membangun bisnis mereka (Mueller et al., 2017). Pada aspek ketekunan seringkali dihadapkan dengan tantangan unik penjualan profesional. Ketekunan individu dalam mencapai tujuan jangka panjang, memiliki dampak positif terhadap kinerja penjualan serta dapat memprediksi hasil kinerja (Wolters & Hussain, 2014).

Selanjutnya konsistensi minat, memiliki implikasi signifikan bagi kinerja dan retensi individu di berbagai domain (Robertson-Kraft, & Duckworth, 2014). Dalam konteks multi-level marketing, di mana individu ditugaskan untuk mempertahankan komitmen jangka panjang dan semangat untuk tujuan bisnis mereka, peran konsistensi minat dalam kegigihan menjadi sangat relevan. Dimensi konsistensi minat mencerminkan kemampuan individu untuk mempertahankan fokus dan gairah yang konsisten terhadap tujuan jangka panjang mereka, sedangkan dimensi ketekunan upaya menangkap kemauan mereka untuk bekerja keras dan mengatasi tantangan untuk mencapai tujuan tersebut.

Individu yang mampu mempertahankan tingkat minat dan gairah yang konsisten terhadap bisnis pemasaran bertingkat mereka cenderung menunjukkan tingkat kegigihan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya mengarah pada kegigihan, ketahanan, dan akhirnya, peningkatan kinerja dan umur panjang dalam industri (Du et al., 2023). Literatur yang ada menunjukkan bahwa konsistensi minat dan ketekunan dalam upaya memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kegigihan seseorang. Individu dengan tingkat kegigihan yang tinggi mampu mempertahankan antusiasme dan dedikasinya terhadap tujuan jangka panjang, bahkan saat menghadapi rintangan dan kemunduran. Lebih jauh, penelitian telah menunjukkan bahwa individu yang memiliki kegigihan lebih mungkin mengalami hasil positif, seperti peningkatan kepuasan kerja, kinerja karir, dan kesejahteraan emosional (Hernández et al., 2020).

Konsistensi minat diprediksi dapat mempengaruhi karir selama masa dewasa (Duckworth & Quinn, 2009). Individu yang bergabung dalam bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* didalamnya terdapat jenjang karir, dimana untuk mencapai tujuan jangka panjang serta ingin mengikuti jenjang karir yang telah disediakan maka member penting untuk memiliki konsistensi minat terhadap apa yang dijalani. Selaras dengan hal tersebut jika member tidak memiliki konsistensi minat dapat berganti minat setiap mendapatkan masalah tanpa menemukan solusinya, sehingga tujuan jangka panjang yang telah ditentukan ikut berubah.

Hasil pada penelitian ini terdapat temuan bahwa growth mindset mempengaruhi grit pada member multi level marketing. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui bergabung di dunia Industri multi level marketing, yang dicirikan dengan adanya penekanan kuat pada pengembangan pribadi dan penetapan tujuan, menghadirkan konteks yang menarik untuk mengeksplorasi pengaruh pola pikir berkembang pada kegigihan dan hasil terkait. Anggota organisasi multi level marketing sering didorong untuk mengadopsi pola pikir berkembang untuk mencapai tujuan kewirausahaan dan keuangan mereka (Nicholas A. Bowman, 2020; Zeng et al., 2016).

Penelitian ini menyelidiki interaksi antara growth mindset dan grit pada anggota bisnis MLM. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa menumbuhkan pola pikir berkembang dapat meningkatkan grit. Kelemahan penelitian ini adalah jumlah responden tidak merata antara perempuan dan laki-laki. Distribusi growth mindset dan grit dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual dan demografis, yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut.

KESIMPULAN

Temuan pada penelitian menunjukkan hasil positif diantara Growth Mindset terhadap Grit, sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi skor Growth Mindset maka akan semakin tinggi juga skor grit dan sebaliknya. Berdasarkan penelitian ini ditemukan hasil bahwa Growth Mindset pada individu yang bergabung dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing termasuk dalam kategori tinggi, sementara grit pada individu yang bergabung dalam bisnis dengan sistem Multi Level Marketing termasuk dalam kategori sedang. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian dengan responden yang merata serta dapat menggunakan metode campuran.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, T., & Putro, D. (2023). *Women's Career Challenges: Work-Family Balance and Turnover Intentions in Working Women Tantangan Wanita Karir: Work-Family Balance dan Intensi Turnover pada Wanita Bekerja*. 12 (1), 87–91.

Alhadabi, A., & Karpinski, A. C. (2019). Grit, self-efficacy, achievement orientation goals, and academic performance in University students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 00 (00), 1–17. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1679202>

Aparicio, M., Bacao, F., & Oliveira, T. (2017). Grit in the path to e-learning success. *Computers in Human Behavior*, 66, 388–399. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.009>

Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.

Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1 (4), 139–161. [https://doi.org/10.1016/0146-6402\(78\)90002-4](https://doi.org/10.1016/0146-6402(78)90002-4)

Bartone, P., Westphal, M., & Bonanno, G. (2008). Resilience and Personality. *Biobehavioral Resilience to Stress*, March 2008, 219–257. <https://doi.org/10.1201/9781420071788.ch9>

Bateman, T. S., & Barry, B. (2012). Masters of the long haul: Pursuing long-term work goals. *Journal of Organizational Behavior*, 33 (7), 984–1006. <https://doi.org/10.1002/job.1778>

Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89 (4), 587–598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>

Blackwell, L. S., Trzesniewski, K. H., & Dweck, C. (2007). *Blackwell_et_al-2007-*

Child_Development. *Child Development*, 78 (1), 246–263.

Boichuk, J. P., Bolander, W., Hall, Z. R., Ahearne, M., Zahn, W. J., & Nieves, M. (2014). Hired Salespeople and the Influence of Leadership. *Journal of Marketing*, 78 (January), 95–111.

Bullough, A., & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56 (3), 343–350. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.01.001>

Ceschi, A., Sartori, R., Dickert, S., & Costantini, A. (2016). Grit or honesty-humility? New insights into the moderating role of personality between the health impairment process and counterproductive work behavior. *Frontiers in Psychology*, 7 (December), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01799>

Credé, M., Tynan, M. C., & Harms, P. D. (2017). Much ado about grit: A meta-analytic synthesis of the grit literature. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113 (3), 492–511. <https://doi.org/10.1037/pspp0000102>

Du, W., Li, Z., Xu, Y., & Chen, C. (2023). *The Effect of Parental Autonomy Support on Grit: The Mediating Role of Basic Psychological Needs and the Moderating Role of Achievement Motivation*. March, 939–948.

Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and Passion for Long-Term Goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92 (6), 1087–1101. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1087>

Duckworth, & Quinn, P. D. (2009). Development and validation of the short Grit Scale (Grit-S). *Journal of Personality Assessment*, 91 (2), 166–174. <https://doi.org/10.1080/00223890802634290>

Dugan, R., Hochstein, B., Rouziou, M., & Britton, B. (2019). Gritting their teeth to close the sale: the positive effect of salesperson grit on job satisfaction and performance. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 39 (1), 81–101. <https://doi.org/10.1080/08853134.2018.1489726>

Dweck, C. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.

Elliott, E. S., & Dweck, C. S. (1988). Goals: An Approach to Motivation and Achievement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (1), 5–12. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.1.5>

Eskreis-Winkler, L., Shulman, E. P., Beal, S. A., & Duckworth, A. L. (2014). The grit effect: Predicting retention in the military, the workplace, school and marriage. *Frontiers in Psychology*, 5 (FEB). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00036>

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. (2009). *Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses*. July 2016. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>

Forsythe, A., & Johnson, S. (2017). Thanks, but no-thanks for the feedback. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 42 (6), 850–859. <https://doi.org/10.1080/02602938.2016.1202190>

Fun, L. F., Mikarsa, H. L., & Putri, D. K. (2023). *The Effect of Parenting Style on Grit*. 12 (4), 509–516.

Gendolla, G. H. E., & Richter, M. (2010). Effort mobilization when the self is involved: Some lessons from the cardiovascular system. *Review of General Psychology*, 14 (3), 212–226. <https://doi.org/10.1037/a0019742>

Groß, C., & Vriens, D. (2019). The Role of the Distributor Network in the Persistence of Legal and Ethical Problems of Multi-level Marketing Companies. *Journal of Business Ethics*, 156 (2), 333–355. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3556-9>

Han, S. J., & Stieha, V. (2020). Growth Mindset for Human Resource Development: A Scoping Review of the Literature with Recommended Interventions. *Human Resource Development Review*, 19 (3), 309–331. <https://doi.org/10.1177/1534484320939739>

Hernández, E., Moreno-Murcia, J. A., Cid, L., Monteiro, D., & Rodrigues, F. (2020). Passion or Perseverance? The Effect of Perceived Autonomy Support and Grit on Academic Performance in College Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health Article*, 17.

Irawati, S. (2022). *Hubungan Antara Grit dengan Stres pada Mahasiswa di Indonesia saat Pandemi Covid-19*.

Jain, S., Singla, B. B., & Shashi, S. (2015). *Management Science Letters*. 5, 903–914. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2015.8.006>

Khusna, L. A., & Ulya, L. L. (2024). *Growing Young Entrepreneurs: Does Social Support Affect Their Entrepreneurial Intention? Menumbuhkan Wirausaha Muda: Dapatkah Dukungan Sosial Berperan terhadap Intensi Berwirausaha?* 13 (3), 339–347.

Koe, J., & Nga, H. (2011). *The influence of MLM companies and agent attributes on the willingness to undertake multilevel marketing as a career option*

- among youth. 50–70. <https://doi.org/10.1108/1750593111121525>
- Koroth, A. A., & Sarada, A. K. (2012). Significance of Relationship in Multilevel Marketing and its effect on Business Outcome. 3 (6), 26–36.
- Lestari, P. A. (2021). Peluang Bisnis Multi Level Marketing Dimasa Pandemi Covid 19 Studi Kasus: Pt Orindo Alam Ayu). *Jurnal Imagine*, 1 (1), 38–43. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/imagine/article/view/184>
- Liu, A. H., & Leach, M. P. (2001). Developing loyal customers with a value-adding sales force: Examining customer satisfaction and the perceived credibility of consultative salespeople. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 21 (2), 147–156. <https://doi.org/10.1080/08853134.2001.10754265>
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R and D Management*, 33 (2), 135–147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
- Masudah, I. (2019). Pengaruh Growth Mindset Terhadap Grit Akademik Pada Mahasiswa Yang Mengikuti Organisasi.
- Mueller, B. A., Wolfe, M. T., & Syed, I. (2017). Journal of Business Venturing Passion and grit : An exploration of the pathways leading to venture success. *Journal of Business Venturing*, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.001>
- Nadlifatin, R., Persada, S. F., Clarinda, M., Handiwibowo, G. A., Laksitowati, R. R., Prasetyo, Y. T., & Redi, A. A. N. P. (2021). Social media-based online entrepreneurship approach on millennials: A measurement of job pursuit intention on multi-level marketing. *Procedia Computer Science*, 197, 110–117. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.124>
- Nastiti, N. P., Wahidah, F. R., Wulandari, D. A., & Grafiyana, G. A. (2022). the Role of a Growth Mindset on Grit Among Teachers of Senior High School in Purwokerto. *Education, Sustainability & Society*, 5 (1), 28–31. <https://doi.org/10.26480/ess.01.2022.28.31>
- Nicholas A. Bowman, A. H. L. (2020). Understanding and Using Growth Mindset to Foster College Student Learning and Achievement. 164, 75–83. <https://doi.org/10.1002/tl.20426>
- Nuryasman, M. (2008). MULTI LEVEL MARKETING MLM) Sebuah Bisnis Idaman. 10 (03), 294–304.
- Rapp, A., Bachrach, D. G., Panagopoulos, N., & Ogilvie, J. (2014). Salespeople as knowledge brokers: A review and critique of the challenger sales model. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 34 (4), 245–259. <https://doi.org/10.1080/08853134.2014.908126>
- Reingewertz, Y. (2021). An economic model of multi-level marketing. *PLoS ONE*, 16 (7 July), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253700>
- Robertson-Kraft, & Duckworth, A. (2014). True grit: Trait-level perseverance and passion for long-term goals predicts effectiveness and retention among novice teachers. pp. 1–27. *Teachers College Record*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/016146811411600306>
- Silvia, P. J., Eddington, K. M., Beaty, R. E., Nusbaum, E. C., & Kwapil, T. R. (2013). Gritty people try harder: Grit and effort-related cardiac autonomic activity during an active coping challenge. *International Journal of Psychophysiology*, 88 (2), 200–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2013.04.007>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Surahman, & Iswinarti. (2021). How to Cultivate Perseverance And Passion For Long-Term Goals? Review of Grit Predictors. *American Research Journal of Humanities Social Science*, 4 (1), 71–76. <https://eprints.umm.ac.id/78944/>
- Vainio, M. M., & Daukantaitė, D. (2016). Grit and Different Aspects of Well-Being: Direct and Indirect Relationships via Sense of Coherence and Authenticity. *Journal of Happiness Studies*, 17 (5), 2119–2147. <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9688-7>
- Wolfe, M. T., & Patel, P. C. (2016). Grit and self-employment: a multi-country study. *Small Business Economics*, 47 (4), 853–874. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9737-6>
- Wolters, C. A., & Hussain, M. (2014). Investigating grit and its relations with college students ' self-regulated learning and academic achievement. <https://doi.org/10.1007/s11409-014-9128-9>
- Yeager, D. S., & Dweck, C. S. (2012). Mindsets That Promote Resilience: When Students Believe That Personal Characteristics Can Be Developed. *Educational Psychologist*, 47 (4), 302–314. <https://doi.org/10.1080/00461520.2012.722805>
- Zeng, G., Hou, H., Peng, K., & Lundy, T. J. (2016). Effect of Growth Mindset on School Engagement and Psychological Well-Being of Chinese Primary and Middle School Students: The Mediating Role of Resilience. 7 (November), 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01873>
- Zhang, T., Park, D., Ungar, L. H., Tsukayama, E., Luo, L., & Duckworth, A. L. (2022). The development of grit and growth mindset in Chinese children. *Journal of Experimental Child Psychology*, 221, 105450. <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2022.105450>