



Analisis Model Bisnis *Freelance* Digital Berbasis Rekrutmen Anggota di Era Transformasi Digital

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Surman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan surman@stiebalikpapan.ac.id	ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 2, Agustus 2026 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
Refa Farhanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan farhanahrefa2@gmail.com	
Rini Sulistiowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan riniisulistiowati@gmail.com	
Nurlela Prahisa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan nurlelamuan456@gmail.com	
Raudlotul Jannah al Ghozali Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan jannahalghozali043@gmail.com	

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Surman., Farhanah, R., Sulistiowati, R., Prahisa, N., & Ghazali, R. J. A. (2026). Analisis Model Bisnis Freelance Digital Berbasis Rekrutmen Anggota di Era Transformasi Digital. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2), 1965-1971.

Abstrak

Transformasi digital telah mendorong munculnya berbagai model bisnis baru, termasuk model bisnis freelance digital berbasis rekrutmen anggota yang memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jaringan dan memperoleh pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik, mekanisme rekrutmen, peluang, tantangan, serta keberlanjutan model bisnis tersebut di era transformasi digital. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) melalui kajian terhadap jurnal ilmiah, peraturan perundang-undangan, serta data dan laporan resmi yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis ini menggabungkan sistem kerja freelance berbasis platform digital dengan pengembangan jaringan melalui perekrutan anggota. Model tersebut menawarkan berbagai peluang, seperti fleksibilitas kerja, perluasan pasar, dan penciptaan lapangan kerja baru. Namun, terdapat sejumlah tantangan, antara lain ketidakmerataan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, ketidakpastian pendapatan, serta potensi penyalahgunaan sistem yang menyerupai skema piramida. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) memberikan dampak ganda berupa peluang peningkatan efisiensi sekaligus ancaman terhadap keberlanjutan beberapa jenis pekerjaan freelance. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang adaptif, peningkatan literasi digital, dan penguatan infrastruktur untuk mendukung keberlanjutan model bisnis ini di Indonesia.

Kata Kunci: Freelance, Transformasi Digital, Multi Level Marketing, Bisnis Digital

Abstract

Digital transformation has encouraged the emergence of various new business models, including digital freelance businesses based on member recruitment that utilize digital technology to expand networks and generate income. This study aims to analyze the characteristics, recruitment mechanisms, opportunities, challenges, and sustainability of this business model in the era of digital transformation. The research employed a descriptive qualitative approach using a library research method by reviewing relevant scientific journals, regulations, and official reports. The findings indicate that this business model combines freelance work conducted through digital platforms with network development through member recruitment. It offers several opportunities, such as work flexibility, broader market access, and the creation of new employment opportunities. However, it also faces several challenges, including unequal digital infrastructure, low levels of digital literacy, income uncertainty, and the potential misuse of recruitment systems that resemble pyramid schemes. Furthermore, the development of digital technology and Artificial Intelligence (AI) presents both opportunities for improving efficiency and challenges to the sustainability of certain freelance occupations. Therefore, adaptive regulations, improved digital literacy, and stronger digital infrastructure are needed to support the sustainability of this business model in Indonesia.

Keywords: Freelance, Digital Transformation, Multi Level Marketing, Digital Business

A. Pendahuluan

Model bisnis melalui perkembangan teknologi dan sistem pemasaran modern melahirkan berbagai peluang bagi masyarakat yang ingin memperoleh suatu keuntungan. Salah satu model bisnis yang cukup populer dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah bisnis Multi Level Marketing (MLM). Pada dasarnya, MLM merupakan konsep bisnis yang menekankan pada penjualan produk melalui jaringan distribusi yang melibatkan banyak anggota. Setiap anggota berhak memperoleh keuntungan, baik dari hasil penjualan pribadi maupun dari penjualan yang dilakukan oleh jaringan anggota di bawahnya (downline). (Masriani & Prasetyo, 2024) Namun dalam akhir-akhir ini banyak perusahaan ilegal yang mengatasnamakan usahanya dengan usaha Multi Level Marketing ini dapat merugikan banyak masyarakat. (Agus Irsyadi, 2019)

Skema piramida adalah praktik yang menitik beratkan keuntungan pada aktivitas perekrutan anggota baru, bukan pada distribusi produk yang nyata. Artinya, sumber utama keuntungan bukanlah hasil transaksi ekonomi yang produktif, melainkan dari iuran atau pembelian paket awal (Nurazizah et al., 2022) Skema piramida atau money game merupakan suatu model bisnis yang ilegal di Indonesia, dimana hasil keuntungan yang didapat oleh anggota yang paling atas atau member paling awal dibayarkan dari hasil pembayaran anggota baru. (Agus Irsyadi, 2019)

Unsur ketiga dari Pasal 9 Undang-Undang Perdagangan adalah mengenai skema piramida yang mana sesuai dengan penjelasan umum Pasal 9 Undang-Undang Perdagangan yang dimaksud dengan skema piramida adalah istilah/nama kegiatan usaha bukan dari hasil kegiatan penjualan barang. (Agus Irsyadi, 2019) Pasal 105 Undang-Undang Perdagangan mengatur pelaku usaha distribusi yang menerapkan sistem piramida dalam mendistribusikan barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). (Agus Irsyadi, 2019)

Hingga saat ini belum ditemukan data resmi yang mengukur presentase pekerjaan freelance digital berbasis rekrutmen anggota di Indonesia. Namun data Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa industri penjualan langsung atau MLM melibatkan sekitar 5,3 juta mitra usaha dengan nilai industri mencapai Rp16,3 triliun sehingga menunjukkan besarnya potensi model bisnis berbasis jaringan di Indonesia.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (library research). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan fenomena model bisnis freelance digital berbasis rekrutmen anggota secara mendalam berdasarkan kajian terhadap berbagai sumber literatur yang relevan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang tidak diperoleh langsung dari lapangan melainkan bersumber dari literatur-literatur yang sudah ada sebelumnya. Sumber data dalam penelitian ini meliputi jurnal ilmiah nasional yang membahas topik-topik terkait seperti Multi Level Marketing (MLM), freelance digital, transformasi digital, dan gig economy. Peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia terutama Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta laporan dan data resmi yang diterbitkan oleh instansi pemerintah seperti Kementerian Perdagangan dan Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses identifikasi, seleksi, dan kajian terhadap sumber-sumber literatur yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Dalam proses seleksi, literatur dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan, antara kesesuaian topik dengan fokus penelitian, kredibilitas penulis maupun jurnal yang menerbitkannya, serta kebaruan data yang digunakan dalam literatur tersebut. Literatur yang dijadikan acuan umumnya merupakan terbitan dalam rentang sepuluh tahun terakhir guna memastikan relevansi dan kemutakhiran informasi yang digunakan.

C. Hasil dan Pembahasan

Munculnya platform digital freelance marketplace yang memungkinkan perusahaan mempekerjakan individu atau perusahaan kecil untuk mempekerjakan individu atau perusahaan kecil untuk pekerjaan khusus dalam waktu yang singkat dari penjuru dunia secara remote (Kadek Masakazu et al., 2023)

A. Karakteristik Model Bisnis Freelance Digital Berbasis Rekrutmen Anggota di Era Transformasi Digital

1. Transformasi bisnis dari model konvensional menuju model digital merupakan perubahan yang mendasar dalam cara organisasi menciptakan peluang berinteraksi untuk berbagai pemangku kepentingan. Perubahan ini tidak dipicu hanya karena kemajuan teknologi digital, tetapi juga dari perubahan konsumsi, keinginan pasar global dan tuntutan efisiensi yang semakin tinggi. Perkembangan internet membuka peluang yang besar untuk organisasi dalam memasarkan produk dan memperluas jangkauan pasar yang membuat peluang ini bertransformasi dari model bisnis yang manual dan berbasis fisik menuju model bisnis yang lebih terintegrasi, real time dan online.
2. Dalam digitalisasi tidak hanya pemahaman dalam penggunaan teknologi tetapi pemahaman dalam perlunya beradaptasi terhadap strategi, budaya organisasi dan sumber daya manusia nya. Perubahan perilaku konsumen yang signifikan menjadi faktor cepatnya evolusi bisnis digital yang semakin mengutamakan kemudahan dalam mengakses informasi, kecepatan layanan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Dengan demikian, evolusi dari konvensional ke digital menuntut organisasi tidak hanya mengubah cara produksinya tetapi juga membangun pengalaman pelanggan yang lebih impresif dan bernilai tambah. Perspektif ini juga sejalan dengan pandangan yang menyatakan bahwa transformasi digital merupakan proses multidimensional yang mencakup inovasi model bisnis, perancangan ulang organisasi dan peningkatan interaksi pelanggan melalui teknologi (Verhoef et al., 2021).
3. Model bisnis freelance digital adalah sistem pekerjaan mandiri yang dilakukan melalui platform digital dengan memanfaatkan teknologi internet untuk menawarkan produk atau layanan kepada klien sekaligus membangun jaringan melalui sistem rekrutmen yang terstruktur sehingga menghasilkan pendapatan dari kombinasi antara penjualan langsung dan komunikasi jaringan. Adapun platform digital yang menjadi tempat memungkinkan bisnis terjadi tanpa terhalang geografis yaitu :
 - a. Media sosial (Instagram, WhatsApp, Facebook, Tiktok, Youtube) sebagai tempat pemasaran
 - b. Grup WhatsApp, Line atau Telegram sebagai tempat koordinasi tim
 - c. Panggilan jarak jauh (Zoom, Google Meet) sebagai platform webinar atau pelatihan online
 - d. Pembayaran singkat (transfer bank, e-wallet, payment gateway) sebagai pembayaran digital

Inti dari model bisnis ini adalah menggabungkan sistem kerja mandiri berbasis teknologi digital dengan pengembangan jaringan melalui perekrutan anggota untuk membentuk tim yang produktif. Karakteristik utamanya meliputi penggunaan teknologi digital, fleksibilitas kerja,

sistem rekrutmen yang cepat dan pentingnya keterampilan untuk personal branding. Sumber pendapatan dari model bisnis digital ini dibagi menjadi pendapatan pasif dan pendapatan aktif meliputi :

- a. Pendapatan Aktif (pendapatan yang diterima dari aktivitas langsung anggota)
 1. Penjualan produk atau layanan (anggota mendapat komisi dari setiap transaksi penjualan yang telah berhasil mereka lakukan)
 2. Bonus rekrutmen (insentif yang didapatkan apabila anggota berhasil merekrut anggota baru)
- b. Pendapatan Pasif (pendapatan yang diterima dari aktivitas jaringan downline tanpa terlibat langsung dalam setiap transaksi)
 1. Override komisi jaringan (komisi dari hasil penjualan seluruh anggota dalam jaringan downline yang persentase pendapatannya kecil)
 2. Bonus peringkat dan Royalty (banyak platform yang memberikan bonus ketika anggota mencapai peringkat tertentu atau berdasarkan total omset dalam periode tertentu dalam struktur organisasi)

Dalam Penerapannya, bisnis model digital memungkinkan organisasi untuk bekerja lebih cepat, otomatis, terstruktur dan dapat dipantau secara real time sehingga dapat meminimalkan resiko kesalahan dalam operasional. Selain itu, bisnis model digital juga memberikan fleksibilitas untuk perusahaan dalam merancang hubungan dengan mitra bisnis demi menjalankan bisnis yang baik dan terstruktur.

B. Mekanisme Rekrutmen Anggota sebagai Penggerak Utama Pendapatan dalam Freelance pada Ekosistem Digital

Multi Level Marketing (MLM) merupakan strategi penjualan atau pemasaran langsung suatu produk, baik berupa barang maupun jasa, kepada konsumen akhir. Karakteristik utama dari sistem ini adalah minimalisasi biaya distribusi produk, bahkan hingga mencapai titik nol yang mengindikasikan bahwa dalam model bisnis MLM, biaya distribusi konvensional dapat dieliminasi secara signifikan. (Nor Amini Annisa et al., 2026) Dalam model pendistribusian konvensional, seorang agen dapat merekrut sejumlah individu untuk bergabung dalam kelompoknya sebagai tenaga penjual atau sales, yang juga di kenal sebagai wiraniaga (Nor Amini Annisa et al., 2026)

Fenomena yang serupa juga dapat ditemukan pada beberapa model bisnis freelance berbasis jaringan yang berkembang di ekosistem indonesia. Meskipun pelaku usaha menawarkan produk atau jasa tertentu sebagai bagian dari aktivitas bisnisnya, dalam beberapa kasus sumber pendapatan yang lebih dominan berasal dari proses perekrutan anggota baru kedalam jaringan bisnis. Setiap anggota yang berhasil merekrut anggota lain berpotensi memperoleh komisi atau bonus tertentu, sehingga terbentuk struktur jaringan yang terus berkembang atau yang biasa disebut dengan skema piramida. Mekanisme ini menyebabkan aliran pendapatan tidak hanya berasal dari transaksi produk atau jasa, tetapi juga dari biaya keanggotaan, biaya pelatihan atau kontribusi yang dibayarkan oleh anggota baru kemudian didistribusikan kepada anggota yang lebih dahulu bergabung serta pemilik atau pengelola bisnis. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji apakah sumber pendapatan utama dalam model bisnis tersebut berasal dari aktivitas penjualan yang nyata atau lebih banyak ditopang oleh mekanisme perekrutan anggota baru.

C. Peluang dan Tantangan Model Bisnis Freelance Digital Berbasis Rekrutmen di Tengah Transformasi Digital

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam ekosistem dunia kerja, termasuk munculnya model bisnis freelance digital berbasis rekrutmen anggota. (Nur'aini et al., 2023) menyatakan bahwa era digital membuka peluang baru dalam dunia kerja di mana perusahaan maupun individu yang mampu memanfaatkan teknologi secara efektif dapat mengembangkan model bisnis baru, menciptakan lapangan kerja baru, dan memperluas segmentasi pasar. Dalam konteks ini, model bisnis, freelance berbasis rekrutmen hadir sebagai salah satu bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang memungkinkan individu bekerja secara mandiri sekaligus membangun jaringan anggota melalui platform digital.

a. Peluang Model Bisnis Freelance Digital Berbasis Rekrutmen

Salah satu peluang terbesar yang ditawarkan model bisnis ini adalah fleksibilitas kerja dan pasar yang sangat luas. (Uli et al., 2024) dalam kajiannya tentang transformasi ekonomi digital di Indonesia menyebutkan bahwa digitalisasi memberikan peluang signifikan bagi para pelaku

usaha untuk memperluas pasar mereka tanpa memerlukan biaya yang besar untuk infrastruktur fisik. Hal ini juga sejalan dengan karakteristik model bisnis freelance digital yang memungkinkan para anggotanya untuk beroperasi dari mana saja selama terhubung dengan jaringan internet, sehingga menurunkan hambatan masuk (entry barrier) bagi para pelaku usaha.

Peluang yang kedua terletak pada pertumbuhan ekosistem gig economy di Indonesia yang semakin pesat. Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan, jumlah gig workers di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 4 juta orang yang sebagian besar beraktivitas melalui platform digital (Masakazu et al., 2023). Pertumbuhan ini mencerminkan besarnya potensi pasar bagi model bisnis freelance berbasis rekrutmen, dimana setiap anggota baru berpotensi menjadi agen rekrutmen sekaligus pelaku usaha mandiri. Selain itu, platform digital dan media sosial turut memperkuat jaringan rekrutmen dengan memperluas jangkauan komunikasi antar anggota secara masif dan efisien.

Peluang ketiga adalah potensi penciptaan lapangan kerja baru yang tidak terbatas secara geografis. (Nur'aini et al., 2023) menegaskan bahwa era digital memfasilitasi pertumbuhan sektor kreatif dan industri konten, dimana internet dan platform media sosial memberikan akses global bagi individu untuk mengungkapkan bakat dan karya mereka. Kondisi ini membuka ruang yang luas bagi model bisnis freelance berbasis rekrutmen untuk tumbuh, khususnya di sektor-sektor seperti desain grafis, penulisan konten, pemasaran digital, dan pengembangan aplikasi yang seluruhnya dapat dijalankan secara remote.

b. Tantangan Model Bisnis Freelance Digital Berbasis Rekrutmen

Di sisi lain, model bisnis ini juga menghadapi sejumlah tantangan yang tidak dapat diabaikan. Tantangan pertama yaitu ketidakmerataan infrastruktur digital di Indonesia. (Uli et al., 2024) mencatat bahwa keterbatasan infrastruktur digital di wilayah terpencil, termasuk keterbatasan pasokan listrik dan sinyal, menghambat upaya digitalisasi secara nasional. Kondisi ini secara langsung membatasi potensi rekrutmen anggota dari wilayah-wilayah yang belum terjangkau infrastruktur digital yang memadai, sehingga pertumbuhan jaringan menjadi tidak merata.

Tantangan kedua diantara lain adalah regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap model bisnis berbasis rekrutmen digital. (Sudiantini et al., 2023) dalam penelitiannya tentang transformasi digital menyebutkan bahwa regulasi yang tidak jelas, permasalahan perpajakan, persaingan yang tidak setara, dan digitalisasi yang tidak merata menjadi tantangan utama dalam pertumbuhan ekonomi digital. Dalam konteks model bisnis freelance berbasis rekrutmen, absennya regulasi yang spesifik memunculkan risiko penyalahgunaan sistem, termasuk potensi kemiripan dengan skema piramida (pyramid scheme) yang merugikan anggota di tingkat bawah.

Tantangan ketiga menyangkut rendahnya literasi digital dan ketidakpastian pendapatan bagi para pekerja dalam model bisnis ini. Penelitian tentang gig economy di Indonesia mengungkapkan bahwa para pekerja gig menghadapi tantangan serius berupa ketiadaan perlindungan asuransi, pendapatan yang relatif rendah dan tidak stabil, jam kerja yang panjang, serta risiko ketidakadilan akibat kendali algoritma platform (Masakazu et al., 2023). Rendahnya literasi digital di kalangan calon anggota juga menyebabkan mereka rentan terhadap eksploitasi dan salah paham mengenai mekanisme pendapatan dalam model bisnis ini. Secara keseluruhan, model bisnis freelance digital berbasis rekrutmen anggota menawarkan peluang yang signifikan di tengah pesatnya transformasi digital, namun juga diiringi oleh tantangan struktural yang membutuhkan perhatian serius dari berbagai pihak. (Uli et al., 2024) menyimpulkan bahwa untuk meraih manfaat maksimal dari transformasi ekonomi digital, diperlukan dukungan kebijakan yang adaptif, peningkatan infrastruktur digital, serta program peningkatan literasi digital yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan model bisnis ini sangat bergantung pada sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan ekosistem digital secara keseluruhan.

C. Implikasi Transformasi Digital terhadap Keberlanjutan Model Bisnis Freelance Berbasis Rekrutmen Anggota

Transformasi digital memberikan dampak yang cukup besar terhadap model bisnis freelance berbasis rekrutmen anggota. Kemudahan yang paling terasa adalah seluruh proses rekrutmen dan operasional kini bisa dilakukan secara online tanpa harus hadir secara fisik di kantor, sehingga jangkauan anggota menjadi jauh lebih luas. (Rasenda et al., 2025) menyatakan bahwa adopsi teknologi berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional dan perluasan pasar, namun tantangan dalam implementasinya masih menjadi kendala utama bagi

model bisnis yang belum siap bertransformasi, bahkan dapat menyebabkan stagnasi dan kerentanan usaha.

Salah satu perubahan yang paling terasa adalah cara rekrutmen anggota yang kini beralih ke media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Dengan media sosial, informasi rekrutmen bisa menjangkau jauh lebih banyak orang dibandingkan pendekatan tatap muka yang terbatas secara geografis (Amel et al., 2025). Namun di balik kemudahan itu, ada masalah yang tidak bisa diabaikan karena banyak yang mendaftar hanya karena ikut-ikutan tren atau tertarik sesaat, bukan karena benar-benar memahami dan berkomitmen terhadap model bisnis yang dijalani. Akibatnya tingkat keluar-masuk anggota cukup tinggi dan sulit membangun jaringan yang solid dalam jangka panjang (Lubis 2024).

Kehadiran platform freelance mandiri seperti Upwork, Fiverr, dan Freelancer.com secara tidak langsung menjadi saingan bagi model bisnis berbasis rekrutmen anggota. Platform-platform ini memungkinkan siapa saja untuk langsung bekerja secara mandiri dari rumah tanpa harus terikat dalam suatu jaringan rekrutmen tertentu. Di era sekarang yang serba digital, orang cenderung memilih cara yang lebih praktis dan tidak mengikat, sehingga bergabung ke sistem rekrutmen yang lebih kompleks menjadi pilihan yang kurang menarik. (Lubis et al., 2024) mencatat bahwa banyak freelancer mengalami ketidakpastian terkait keberlanjutan karir mereka dalam menghadapi persaingan global di platform digital, yang menunjukkan bahwa nilai kemandirian semakin diprioritaskan oleh pekerja digital saat ini.

Kemajuan AI sebenarnya bisa menggantikan banyak hal, termasuk sebagian pekerjaan yang selama ini dilakukan oleh freelancer, namun semuanya kembali pada bagaimana cara penggunaannya (Amel et al., 2025). Dalam model bisnis freelance berbasis rekrutmen, AI bisa menjadi alat yang sangat membantu jika dimanfaatkan dengan tepat, misalnya untuk pengelolaan anggota, pemasaran digital, hingga otomatisasi proses rekrutmen. Begitu pula dengan keberlanjutan model bisnis ini dalam jangka panjang, bukan semata-mata ditentukan oleh perkembangan teknologi, tetapi sangat bergantung pada bagaimana perusahaan atau pengelola bisnis mampu beradaptasi dan mengelola sistem yang ada. (Rasenda et al., 2025) menegaskan bahwa model bisnis yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan digital akan menghadapi stagnasi dan kerentanan, sementara yang mampu bertransformasi justru berpeluang berkembang lebih jauh.

D. Kesimpulan

Model bisnis freelance digital berbasis rekrutmen anggota merupakan bentuk adaptasi terhadap transformasi digital yang menggabungkan sistem kerja mandiri dengan pengembangan jaringan internet yang pendapatannya lebih banyak bersumber dari rekrutmen anggota baru daripada penjualan produk atau layanannya. Digitalisasi membuka peluang yang luas mulai dari pasar tanpa batas geografis, pertumbuhan ekonomi hingga menciptakan lapangan kerja baru yang tentu terdapat tantangan yang harus dihadapi seperti ketimpangan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital serta ketidakpastian pendapatan bagi para anggota. Transformasi digital juga bisa menjadi pedang bermata dua yang dimana kemajuan teknologi seperti media sosial dan ai dapat memperluas jangkauan rekrutmen tetapi disisi lain dapat menurunkan kualitas seleksi anggota dan memunculkan persaingan dari platform freelance mandiri yang lebih sederhana dan tidak terikat sistem jaringan. Keberlanjutan dan keberhasilan bisnis model ini dapat ditentukan apabila model ini dikelola secara etis, didukung regulasi yang tepat dan dijalankan oleh sumber daya manusia yang melek akan transformasi digital

E. Referensi

- Agus Irsyadi. (2019). Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Korporasi Bisnis Multi Level Marketing yang Menerapkan Skema Piramida. *Jurist-Direction*, 2(6), 1909-1930. <https://e-journal.unair.ac.id/JD/article/view/15922>
- Putri, N. H., & Habibi, M. L. (2025). Analisis Strategi Perekrutan dan Pola Kompensasi dalam Praktik Sekma Piramida Berkedok Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 2(6), 277-294. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1752>
- Masakazu, K. M., Sisdianto, E., Suwardika, G., & Nugroho, D. S. (2023). Peran Digital Freelancer Marketplace dan Media Sosial Terhadap Perkembangan GIG Economy Worker. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 15(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.61469>

- Nur'aini, S., Nazla, L., Agustina, R. S., Hanapiah, S. N., & Marlina, L. (2023). Transformasi Era Digital: Peluang Menggali Pekerjaan dan Tantangan Terhadap Meningkatnya Pengangguran. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 63–73. <https://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/article/download/149/128/1386>
- Uli, A. S., Irmayani, R., Hadis, R., & Gibran, F. (2024). Transformasi Ekonomi Digital di Indonesia: Tantangan, Peluang, dan Dampaknya pada Perekonomian Nasional. *Prosiding Seminar Nasional Literasi Digital Ekonomi Modern* (LPP Mandala), 3(1). <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/ProsEko/article/download/7703/5368>
- Sudiantini, D., Puspita Ayu, M., Aswan, M. C. A. S., & Prastuti, M. A. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, dan Peluang untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 21–30. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i3.1115>
- Annisa, N. A., Nadirah, H., & Setyanor, E. (2026). Multi Level Marketing: Analisis Konsep, Perkembangan dan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1). <https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi/article/view/347>
- Amel, A. N. S., Agusmidah, A., & Harianto, D. (2025). Transformasi Dunia Kerja Era Digital (Pergeseran Dari Pekerja Kantoran Ke Pekerja Freelance Berdasarkan Teori Perubahan Sosial). *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 33612–33619. <https://joecy.org/index.php/joecy/article/view/5095>
- Lubis, R.K. (2024). Pengaruh Platform Freelance terhadap Perubahan Pola Konsumsi dan Pekerjaan di Indonesia. *AsbaK: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 15–19. <https://loddosinstitute.org/journal/index.php/asbak/article/download/114/100>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis Berbasis Teknologi untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52–59. <https://ejournal.utmj.ac.id/jubisdigi/article/view/936>
- Rothmann, S., & Cooper, C. L. (2022). *Work and Organizational Psychology* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/b22796>
- Elia, G., Margherita, A., Passiante, G., & Secundo, G. (2020). *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6>