

Analisis Deskriptif Keikutsertaan Peserta *Bootcamp Remote Work* @AskAngelToday

Astrid Monica Hartono

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

Email: astridmonica.22038@mhs.unesa.ac.id

Danang Tandyonomanu

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

Email: danangtandyonomanu@unesa.ac.id

Abstrak

Peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap pendidikan teknologi digital, salah satunya didorong oleh perkembangan sistem *remote work* pasca-pandemi Covid-19. Fenomena ini memicu ledakan pasar *bootcamp online*, termasuk kemunculan *bootcamp remote work* @AskAngelToday yang diinisiasi oleh Angelika Devita (@AskAngelToday). Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *bootcamp online* oleh Chen et al. (2021), yang mencakup keahlian pengajar, pengalaman pribadi, kepercayaan, ekspektasi kinerja, dan biaya finansial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dengan analisis deskriptif terhadap 86 responden dari 100 alumni *bootcamp remote work* angkatan 1-5. Pengaruh setiap indikator dihitung menggunakan formula persentase kontribusi per item pernyataan dan per indikator. Sejalan dengan Teori Perilaku Konsumen, hasil penelitian menunjukkan semua indikator *bootcamp remote work* memiliki pengaruh tinggi (>70%), dengan kontribusi besaran pengaruh secara berurutan: ekspektasi kinerja (76,51%), keahlian pengajar (74,30%), biaya finansial (72,79%), kepercayaan (72,71%), dan pengalaman pribadi (72,48%). Faktor-faktor ini mencerminkan evaluasi multidimensi konsumen terhadap *bootcamp remote work* sebagai investasi karir strategis.

Kata kunci: *Bootcamp Online, Remote Work, Pendidikan Digital, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen*

Abstract

The growing interest among Indonesians in digital technology education, partly driven by the development of remote work systems post-Covid-19 pandemic, has sparked a boom in the online bootcamp market, including the emergence of the @AskAngelToday remote work bootcamp initiated by Angelika Devita (@AskAngelToday). This study aims to analyze the factors influencing online bootcamp purchase decisions, as identified by Chen et al. (2021), encompassing instructor expertise, personal experience, trust, performance expectations, and financial cost. Employing a quantitative approach and survey method with descriptive analysis, the research examined 86 respondents out of 100 alumni from bootcamp remote work batches 1-5. The influence of each indicator was calculated using a percentage contribution formula for individual statement items and indicators. Consistent with Consumer Behavior Theory, the results reveal that all remote work bootcamp indicators exert a high influence (>70%), ranked by contribution as follows: performance expectations (76.51%), instructor expertise (74.30%), financial cost (72.79%), trust (72.71%), and personal experience (72.48%). These factors reflect consumers' multidimensional evaluation of remote work bootcamps as strategic career investments.

Keywords: *Online Bootcamp, Remote Work, Digital Education, Purchase Decision, Consumer Behavior*

PENDAHULUAN

Minat masyarakat Indonesia terhadap pendidikan teknologi digital semakin meningkat. Mengutip data dari Kompas.id (2024), fenomena ini dilatarbelakangi oleh lima faktor, di antaranya yaitu hasrat mencoba karir baru (66,8%), dorongan memperoleh gaji yang lebih besar (52,4%), perasaan *stuck* di pekerjaan atau kondisi saat ini (41,2%), cita-cita menjalani *work-life balance* (34,2%), serta adanya preferensi kerja jarak jauh atau *remote work* (23,7%) (Napitupulu, 2023).

Peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap kebutuhan pendidikan teknologi digital ternyata memicu ledakan pasar *bootcamp online* di Indonesia. *Bootcamp online* merupakan program pelatihan virtual yang intensif dirancang khusus untuk meningkatkan kualitas kinerja dan prestasi peserta secara signifikan, baik secara *hard-skill* maupun *soft-skill* (Humairoh & Pinandito, 2023; Biantong & Krisnadi, 2022).

Pertumbuhan layanan *bootcamp* ini melahirkan puluhan penyelenggara baru yang memicu persaingan sengit dalam merebut perhatian calon peserta *bootcamp*. Akibatnya, kompetisi ini secara tidak langsung membentuk strategi pemasaran yang agresif. Salah satu strategi arus utama yang paling sering dijumpai adalah penawaran janji menarik seperti jaminan mendapatkan pekerjaan guna memikat calon peserta (Syafa et al., 2024).

Selanjutnya, ketertarikan tinggi masyarakat Indonesia akan kebutuhan pendidikan teknologi digital telah terbukti lewat keberhasilan BINAR Academy. Melalui program BINAR Bootcamp, mereka telah menggelar lebih dari 600 kelas dengan tingkat kelulusan rata-rata sebesar 90% (VRITIMES, 2023). Tidak berhenti di situ, berkat inisiasi program BINAR Job Connect yang mewadahi kebutuhan alumni BINAR Bootcamp akan referensi pekerjaan,

mayoritas lulusan juga terbukti sukses mendapatkan pekerjaan baru dalam waktu kurang dari 3 bulan. Pencapaian ini juga disertai lonjakan pendapatan rata-rata hingga 2,5 kali lipat (Napitupulu, 2023).

Di samping itu, dilihat dari kacamata perusahaan, kesadaran akan pentingnya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan memiliki keterampilan teknologi digital mendorong banyak perusahaan memposisikan karyawan sebagai aset strategis utama. Hal ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan (Biantong & Krisnadi, 2022).

Tren penyelenggaraan *bootcamp* yang menjamur di Indonesia ini semakin relevan ketika pandemi Covid-19 menjadi katalisator percepatan penerapan kerja jarak jauh (*remote work*) di Indonesia. Banyak perusahaan dengan cepat mengadopsi model kerja ini untuk menjaga kelangsungan operasional, sekaligus melindungi kesehatan karyawan dari penularan Covid-19 (Khoirunnisa, 2024).

Fakta ini terbukti melalui lonjakan pekerja *remote work* di Indonesia, yang melonjak dari 4% menjadi 13% sepanjang masa pandemi (Bayu, 2021), mencerminkan adaptasi cepat perusahaan terhadap tantangan global. Adapun hasil survei Kompas.id (2024) turut menambahkan penurunan minat pekerja Indonesia bekerja di luar negeri sebesar 15% dari 82% pada 2018 menjadi 67% pada 2023. Sementara itu, ketertarikan pada *remote work* justru melonjak dari 55% pada 2020 menjadi 71% pada 2023, sehingga memperlihatkan peningkatan signifikan sebesar 16% dalam waktu tiga tahun (Mediana, 2024).

Sistem kerja *remote work* yang diyakini menawarkan fleksibilitas ini telah memicu pertumbuhan pesat jumlah pengikut akun Instagram @AskAngelToday, sehingga menarik atensi audiens dari berbagai latar belakang yang haus akan

informasi dan edukasi *remote work*, serta peluang kerja yang aman dan terpercaya.

@AskAngelToday, atau Angelika Devita, dikenal sebagai *professional remote worker* yang berdedikasi membantu pengembangan karier virtual melalui edukasi mendalam tentang kerja *remote*. Berbasis pengalaman pribadinya sebagai *remote worker* sukses, ia membagikan keahlian eksklusif via *bootcamp* dan kursus online berbayar yang diinisiasinya.

Hingga saat ini, Angelika Devita telah sukses menyelenggarakan lebih dari lima angkatan *bootcamp remote work @askangeltoday* sejak 2024. Program intensif ini telah melibatkan lebih dari 100 peserta dengan membekali keterampilan esensial industri *remote work*, seperti komunikasi dan kolaborasi digital, strategi melamar kerja *remote*, pengembangan jaringan profesional, mitigasi risiko penipuan kerja *remote*, dan optimalisasi platform cari kerja *remote* seperti Freelancer.com dan Upwork.

Adapun tarif program berkisar antara Rp799.000 hingga Rp1.299.000, didukung oleh keunggulan kompetitif seperti *branding bootcamp* pionir di Indonesia untuk pelatihan *remote work*, pendampingan komprehensif oleh mentor berkualifikasi, layanan pengembangan karier yang dipersonalisasi, dan kurikulum adaptif bagi berbagai tingkat kemahiran peserta.

Berkaitan dengan penelitian sebelumnya, Humairoh dan Pinandito (2023) menganalisis pengaruh elemen *bootcamp online* terhadap kesiapan kerja mahasiswa secara umum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linear sederhana pada 60 responden mahasiswa Universitas Brawijaya yang pernah mengikuti *bootcamp online* apa pun. Penelitian tersebut tidak membahas tingkat keikutsertaan peserta atas faktor-faktor yang memengaruhinya,

sehingga hanya fokus pada dampak efektivitas *bootcamp* terhadap *outcome* kesiapan kerja mahasiswa tanpa mengeksplorasi proses partisipasi awal. Selain itu, analisis bersifat umum tanpa spesifikasi pada *bootcamp online* tertentu, sehingga meninggalkan celah pada studi kasus *bootcamp* spesifik yang menargetkan keterampilan kontemporer seperti *remote work*.

Oleh karena itu, penelitian "Analisis Deskriptif Keikutsertaan *Bootcamp Remote Work @AskAngelToday*" bertujuan untuk mengisi gap penelitian dengan pendekatan deskriptif spesifik pada satu *bootcamp online*, yakni *bootcamp remote work @AskAngelToday* yang relevan dengan tren kerja jarak jauh pasca-pandemi. Kebaruan utama terletak pada fokus keikutsertaan peserta, seperti motivasi, ekspektasi, dan hambatan partisipasi, yang menjadi prasyarat untuk memahami efektivitas *bootcamp* sebelum mengukur kesiapan kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode survei, yaitu pendekatan kuantitatif yang menerapkan prosedur ilmiah untuk mengambil sampel representatif dari populasi tertentu (Sudaryo et al., 2019). Melalui instrumen angket, metode ini memungkinkan pengumpulan data yang dapat digeneralisasi ke populasi besar maupun kecil dengan efisien (Maidiana, 2021), sehingga ideal untuk mengukur tren seperti preferensi *bootcamp remote work* di kalangan pekerja Indonesia.

Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Pendekatan ini memainkan peran krusial dalam analisis data penelitian, karena mampu menyederhanakan, menyajikan, serta menginterpretasikan data secara jelas dan terstruktur (Subhaktiyasa, 2025; Cooksey,

2020; Vetter, 2017). Teknik ini memudahkan identifikasi pola, tren, dan penyebaran data, sehingga menghasilkan gambaran komprehensif tentang karakteristik dataset (Subhaktiyasa, 2025; Ali et al., 2019).

Adapun populasi target penelitian ini mencakup individu yang pernah membeli *bootcamp remote work @AskAngelToday* minimal satu kali (konsumen potensial). Berdasarkan wawancara dengan Angelika Devita, total peserta *bootcamp* angkatan 1-5 mencapai 100 orang, dengan terdiri dari 20 peserta per angkatan. Kuesioner didistribusikan secara bertahap selama satu bulan kepada seluruh peserta tersebut, sehingga menghasilkan 86 responden ($n = 86$) dari 100 target sampel penelitian. Hal ini menunjukkan orang dengan tingkat respons 86% yang memenuhi kriteria utama, yakni memiliki pengalaman pembelian minimal satu kali *bootcamp remote work @AskAngelToday*. Ukuran sampel ini cukup representatif untuk analisis deskriptif tren perilaku konsumen di industri *bootcamp online*.

Penelitian ini menerapkan Teori Perilaku Konsumen, yang menurut Fazira & Lestari (2025) dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan ekonomi. Sebagai penyelenggara *bootcamp online*, diperlukan pemahaman mendalam terhadap proses pengambilan keputusan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku pasca-pembelian. Dengan memahami proses tersebut, tentu akan sangat membantu Angelika Devita sebagai penyelenggara *bootcamp remote work @AskAngelToday* untuk mengoptimalkan kualitas *bootcamp*, guna meningkatkan konversi penjualan hingga 20-30% di segmen pekerja *remote* Indonesia.

Menurut Iskandar et al. (2023), keputusan pembelian melibatkan proses evaluasi pilihan produk secara matang,

bukan sekadar impuls spontan. Oleh karena itu, Chen et al. (2021) merumuskan lima faktor utama yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap *bootcamp online* berbayar, yang dapat dimanfaatkan Angelika Devita untuk optimalisasi *bootcamp remote work @AskAngelToday*:

1. Keahlian pengajar
Persepsi konsumen terhadap keahlian pengajar berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian, karena konsumen lebih percaya membeli kursus yang diajarkan oleh pengajar ahli di bidangnya.
2. Pengalaman pribadi
Pengalaman positif mengikuti *bootcamp* sebelumnya meningkatkan kemungkinan konsumen untuk mengikuti *bootcamp remote work @AskAngelToday* atau *bootcamp* lainnya.
3. Kepercayaan
Tingkat kepercayaan harus dibangun via testimoni dan pengalaman peserta lain, sehingga esensial untuk memperkuat kredibilitas program *bootcamp* di era digital.
4. Ekspektasi kinerja
Konsumen termotivasi jika nilai atau manfaat yang mereka peroleh ketika mengikuti *bootcamp* terpenuhi.
5. Biaya finansial
Persepsi *value-for-money* atau biaya yang dikeluarkan sebanding dengan nilai atau manfaat yang diterima mampu meningkatkan konversi (Amalia & Belgiawan, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Instrumen

Menurut Darma (2021), uji validitas mengukur kecermatan instrumen penelitian agar berfungsi dengan tepat, sehingga menentukan sah atau tidaknya setiap pertanyaan. Proses ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor per pertanyaan terhadap total skor variabel terkait (Darma,

2021). Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen menggunakan teknik *corrected item-total correlation* pada SPSS 25 untuk 20 item pernyataan dengan batas *r*-tabel 0,178:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	No	r-hitung	Keterangan
Keahlian Pengajar	1	0,173	Tidak Valid
	2	0,155	Tidak Valid
	3	0,366	Valid
	4	0,428	Valid
	5	0,065	Tidak Valid
Pengalaman Pribadi	6	0,285	Valid
	7	0,450	Valid
	8	0,409	Valid
Kepercayaan	9	0,256	Valid
	10	0,227	Valid
	11	0,308	Valid
	12	0,167	Tidak Valid
	13	0,112	Tidak Valid
Ekspektasi Kinerja	14	0,105	Tidak Valid
	15	0,437	Valid
	16	0,334	Valid
Biaya Finansial	17	0,185	Valid
	18	0,263	Valid
	19	0,343	Valid
	20	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner (2025)

Uji Reliabilitas Instrumen

Setelah uji validitas, 6 pernyataan dihapus dari 20 item awal, menyisakan 14

item valid untuk analisis data. Tingkat signifikansi reliabilitas adalah 0.6; instrumen reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Darma, 2021).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keputusan		

online, analisis pengaruh per item dilakukan terlebih dahulu dengan menerapkan skor maksimal setiap item pertanyaan adalah 5 (sangat setuju), dengan formula perhitungan sebagai berikut:

$$P = \frac{T}{n \times M} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Pengaruh per item (%)

T = Total skor responden

n = Jumlah responden

M = Skor maksimal per responden untuk item tersebut

Apabila total skor responden (n = 86) untuk item pernyataan nomor 1

mencapai nilai 315, maka besar pengaruh item pertanyaan nomor 1 (P₁) adalah:

$$P_1 = \frac{315}{(86 \times 5)} \times 100\% = 73,26\%$$

Setelah mengidentifikasi besar pengaruh dari setiap item pertanyaan,

peneliti selanjutnya dapat menghitung besaran pengaruh indikator dengan menerapkan rumus berikut:

$$P_k = \frac{\sum_{i=1}^{n_k} P_i}{n_k}$$

Keterangan:

P_k = Pengaruh per indikator (%)

P_i = Pengaruh per item *i* (%)

n_k = Jumlah item pertanyaan pada indikator *k*

Pada indikator keahlian pengajar, terdapat 2 item pertanyaan yang valid dan juga telah ditemukan persentase pengaruh setiap pertanyaan, di antaranya yaitu 73,26% dan 75,35%. Dengan menerapkan rumus

Pembelian
Bootcamp
Online

0,708

Reliabel
(Tinggi)

pengaruh per indikator di atas, maka diperoleh hasil rata-rata pengaruh indikator keahlian pengajar sebagai berikut:

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner
(2025)

Dalam rangka mengukur kontribusi relatif masing-masing indikator pada variabel keputusan pembelian *bootcamp*

Pengaruh Indikator Keahlian Pengajar terhadap Keputusan Pembelian

$$\frac{(73,26\% + 75,35\%)}{2} = 74,30\%$$

Pembelian *bootcamp online* secara fundamental berbeda dari transaksi produk atau layanan konvensional, karena tidak sekadar melibatkan pertukaran produk atau jasa, melainkan merupakan investasi strategis dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui proses pembelajaran intensif dan interaktif di era transformasi digital (DigitalDefynd, 2025).

Berbeda dengan konsumsi pasif pada umumnya, *bootcamp online* menawarkan pengalaman holistik kepada seluruh peserta yang mencakup pendampingan mentor berkompetensi, praktik aplikatif berbasis proyek, serta umpan balik formatif yang mendalam (DigitalDefynd, 2025). Dengan demikian,

proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian *bootcamp remote work @AskAngelToday* melibatkan evaluasi multidimensi, termasuk kualitas kurikulum, akses konsultasi personal, dan proyeksi *return on investment* karier jangka panjang.

Berdasarkan analisis data primer yang dilakukan peneliti, seluruh indikator keempat dimensi utama dalam *bootcamp remote work @AskAngelToday*, meliputi keahlian pengajar, pengalaman pribadi, kepercayaan, ekspektasi kinerja, dan biaya finansial, secara konsisten berada pada rentang nilai tinggi (>70%). Hal ini mengindikasikan pengaruh substansial terhadap minat beli *bootcamp remote work* yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Besar Kontribusi Pengaruh Indikator Keputusan Pembelian *Bootcamp Online* (Chen et al., 2021)

Indikator	Item Pernyataan	Kontribusi
Keahlian Pengajar	1. Penjelasan yang disampaikan oleh mentor mudah dipahami.	73,26%
	2. Responden mempertimbangkan keahlian mentor saat mengikuti <i>bootcamp</i> .	75,35%
Rata-rata		74,30%
Pengalaman Pribadi	1. Pengalaman positif sebelumnya mendorong responden untuk mengikuti <i>bootcamp remote work</i> .	70,70%
	2. Responden memahami materi saat mengikuti <i>bootcamp</i> sebelumnya.	73,02%
	3. Responden mempertimbangkan pengalaman <i>bootcamp</i> sebelumnya saat mengikuti <i>bootcamp remote work</i> .	73,72%
Rata-rata		72,48%
Kepercayaan	1. Testimoni peserta sebelumnya membuat responden yakin mengikuti <i>bootcamp</i> .	70,47%
	2. Testimoni keberhasilan peserta sebelumnya memotivasi responden untuk mengikuti <i>bootcamp</i> .	75,35%
	3. Responden mempertimbangkan testimoni sebelumnya saat mengikuti <i>bootcamp</i> .	72,33%
Rata-rata		72,71%
Ekspektasi Kinerja	1. Responden ingin mengikuti <i>bootcamp</i> yang tidak hanya menyajikan teori.	77,91%
	2. Responden ingin mengikuti <i>bootcamp</i> yang menerapkan metode interaktif.	75,12%
Rata-rata		76,51%
Biaya	1. Biaya <i>bootcamp</i> sebanding dengan kualitas materi yang responden dapatkan.	72,09%
Finansial		

2. Responden mendapatkan kesempatan konsultasi dengan mentor <i>bootcamp</i> .	75,81%
3. Responden mendapatkan bantuan perbaikan CV kerja <i>remote</i> selama mengikuti <i>bootcamp</i> .	71,40%
4. Responden mendapatkan umpan balik (<i>feedback</i>) dari mentor <i>bootcamp</i> .	71,86%
Rata-rata	72,79%

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner (2025)

Secara khusus, dimensi keahlian pengajar menunjukkan kontribusi rata-rata sebesar 74,30%, sebagaimana dibuktikan oleh persepsi peserta terhadap penjelasan mentor yang mudah dipahami dan aplikatif, yang selaras dengan temuan Humairoh & Pinandito (2023) bahwa kejelasan materi serta kompetensi mentor dalam penyampaian materi dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran.

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner pada indikator keahlian pengajar, responden tampak mempertimbangkan keahlian mentor saat mengikuti *bootcamp*. Pernyataan ini memiliki skor 75,35%, sehingga menunjukkan peran krusial dalam mempengaruhi partisipasi *bootcamp*. Hal ini mencerminkan bahwa peserta tidak hanya sekadar mencari informasi umum mengenai *bootcamp* yang ingin diikuti, melainkan juga melakukan evaluasi mendalam terhadap kredibilitas dan keahlian mentor yang menjadi faktor krusial bagi peserta, terutama dalam konteks *bootcamp remote work @AskAngelToday*, di mana kepercayaan awal terhadap pengajar mendorong komitmen jangka panjang (Almira & Rahayu, 2021; Aprelina & Sholeh, 2024).

Selanjutnya, pengalaman pribadi muncul sebagai prediktor signifikan dalam memotivasi keputusan pembelian *bootcamp remote work*, di mana konsumen dengan riwayat partisipasi positif pada program *bootcamp online* lain sebelumnya cenderung memiliki pemahaman materi yang lebih baik serta memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi terhadap *bootcamp* kontemporer

seperti penyelenggaraan *bootcamp remote work @AskAngelToday*. Indikator ini menyumbang rata-rata besaran pengaruh 72,48%.

Adapun faktor kepercayaan juga tidak kalah memainkan peran penting dalam dinamika penelitian ini, yakni menyumbang rata-rata besaran pengaruh sebesar 72,71%. Hal ini yang didasarkan dari testimoni peserta alumni terhadap proses pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian *bootcamp remote work*. Testimoni-testimoni tersebut berupaya mengilustrasikan pencapaian sukses peserta *bootcamp* angkatan sebelumnya. Testimoni juga tidak hanya memperkuat persepsi kredibilitas program, tetapi juga memicu motivasi responden untuk berpartisipasi secara aktif, dengan harapan mereka dapat meraih hasil serupa, yakni memperoleh kerja *remote*.

Lebih dalam, testimoni keberhasilan peserta sebelumnya (75,35%) ternyata memiliki peran sangat penting dalam memotivasi responden mengikuti *bootcamp*, dibandingkan testimoni umum yang hanya membangun keyakinan tanpa elemen sukses konkret. Framing "keberhasilan" ini menekankan *outcome* nyata, seperti perolehan pekerjaan *remote*, yang dapat memicu FOMO (*fear of missing out*) lebih kuat daripada testimoni generik (Yusdianto, 2025).

Di samping itu, faktor ekspektasi kinerja mencerminkan aspirasi peserta terhadap metode pembelajaran yang tidak hanya sekadar penyajian teori, melainkan

diimbangi dengan aplikasi praktik interaktif yang dinamis. Mayoritas responden mengharapkan kebutuhan akan pengalaman belajar yang aplikatif, di mana materi tidak hanya diserap secara pasif, melainkan langsung diuji coba untuk mempercepat pemahaman dan retensi pengetahuan. Kedua pernyataan mengenai ekspektasi peserta menunjukkan preferensi kuat responden terhadap *bootcamp* yang menerapkan pembelajaran praktis (77,91%) dan interaktif (75,12%), sehingga menyiratkan peran sangat penting dalam keputusan keikutsertaan *bootcamp remote work*.

Sebagaimana dielaborasi oleh Imtihan et al. (2025), keseimbangan optimal antara pemaparan konsep teoritis, demonstrasi langsung, dan sesi praktik mandiri menciptakan ruang bagi peserta untuk terlibat aktif melalui pertanyaan kritis dan diskusi kolaboratif, sehingga memaksimalkan efektivitas transfer pengetahuan. Interaktivitas yang berfungsi sebagai katalisator keterlibatan emosional dan kognitif ini, terbukti mendominasi indikator keputusan pembelian *bootcamp online* dengan kontribusi rata-rata sebesar 76,51%.

Terakhir, peserta *bootcamp remote work* secara konsisten menilai biaya finansial yang dikeluarkan sebagai proporsional terhadap kualitas materi pembelajaran dan fasilitas pendukung yang disediakan sepanjang mengikuti program. Mereka sangat menghargai dan memanfaatkan hak akses konsultasi langsung dengan mentor *bootcamp*, layanan optimalisasi CV, serta umpan balik konstruktif yang terintegrasi dalam siklus pembelajaran. Temuan ini mengindikasikan bahwa biaya *bootcamp* tidak sekadar merepresentasikan biaya akses materi, melainkan merupakan investasi strategis yang meningkatkan kesiapan karir peserta.

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, kesempatan konsultasi dengan

mentor *bootcamp* (75,81%) memiliki peran sangat penting dalam meningkatkan keikutsertaan responden, dibandingkan manfaat lain, seperti kualitas materi (72,09%), bantuan perbaikan CV (71,40%) dan mendapatkan umpan balik (71,86%).

Faktor kualitas materi cenderung menunjukkan prioritas relatif rendah, di mana ini mengindikasikan bahwa responden bersedia menginvestasikan sumber daya finansial apabila didukung oleh intervensi personal daripada konten materi semata. Sementara itu, bantuan perbaikan CV dan umpan balik mentor bersifat penting namun sekunder, karena layanan konsultasi mengintegrasikan keduanya secara holistik melalui interaksi *real-time* yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat tinggi masyarakat Indonesia terhadap pendidikan teknologi digital, khususnya *bootcamp online* pasca-pandemi Covid-19, telah menciptakan pasar kompetitif yang bergantung pada strategi pemasaran persuasif.

Analisis deskriptif terhadap 86 alumni *bootcamp remote work @AskAngelToday* menunjukkan bahwa kelima faktor utama minat beli *bootcamp online* oleh Chen et al. (2021), meliputi keahlian pengajar (74,30%), pengalaman pribadi (72,48%), kepercayaan (72,71%), ekspektasi kinerja (76,51%), dan biaya finansial (72,79%) memiliki pengaruh kuat (>70%) terhadap keputusan pembelian dengan faktor ekspektasi kinerja yang mendominasi. Hal ini mencerminkan preferensi konsumen terhadap pembelajaran interaktif dan aplikatif sebagai investasi karir strategis.

Penelitian ini merekomendasikan serangkaian langkah strategis bagi Angelika Devita sebagai penyelenggara *bootcamp remote work @AskAngelToday* guna

memaksimalkan faktor-faktor pengaruh keputusan pembelian yang telah teridentifikasi, misalnya seperti optimalisasi keahlian pengajar dapat dicapai melalui penguatan sertifikasi mentor. Upaya ini tidak hanya memperkuat persepsi kompetensi mentor, tetapi juga membangun keyakinan awal calon peserta terhadap *bootcamp remote work @AskAngelToday* sebelum melakukan pembelian.

Lebih lanjut, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan variabel penelitian lain, seperti *copywriting*, *storytelling*, *brand voice*, *E-WOM*, atau desain visual sebagai elemen pesan utama dalam strategi pemasaran berbasis konten, khususnya yang diterapkan oleh *@AskAngelToday* di platform Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z., Bhaskar, S. B., & Sudheesh, K. (2019). *Descriptive Statistics: Measures of Central Tendency, Dispersion, Correlation and Regression*. Airway, 2(3), 120-125. https://journals.lww.com/arwy/fulltext/2019/02030/descriptive_statistics_measures_of_central.3.aspx
- Amalia, H. M., & Belgiawan, P. F. (2025). *Understanding Consumer Behavior in Online Education: Factors Influencing Purchase Intention of Paid Online Course*. Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, 10(1), 304-321. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i1.17369>
- Almira, R. E., & Rahayu, E. (2021). *Evaluasi Hasil Individu Program Bootcamp Digital Ruangguru 2018-2019 di PKBM Intan Bandung*. QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama, 13(2), 709-726. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/qalamuna/article/view/1061>
- Aprelina, P., & Sholeh, M. (2024). *Implementasi Program Marketing School Bootcamp dalam Memfasilitasi Sekolah untuk Meningkatkan Branding dan Marketing Sekolah (Studi Kasus di Kuanta Indonesia Surabaya)*. Inspirasi Manajemen Pendidikan, 12(2), 450-463. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/71432>
- Bayu, D. J. (2021). *Survei: Bekerja Jarak Jauh Makin Marak di Indonesia Saat Pandemi Covid-19*. Databoks. Diakses pada 30 Juli 2025 dari <https://databoks.katadata.co.id/ketengakerjaan/statistik/2bbb0db6b516074/survei-bekerja-jarak-jauh-makin-marak-di-indonesia-saat-pandemi-covid-19>
- Biantong, J. S., & Krisnadi, I. (2022). *Pengaruh IT Bootcamp dalam Mencetak Tech Talent di Era Industri 4.0 di Indonesia*. Academia. edu. p.10340. https://www.academia.edu/43281603/Pengaruh_IT_Bootcamp_dalam_mencetak_Tech_Talent_di_Era_Industri_4_0_di_Indonesia
- Chen, M., Wang, X., Wang, J., Zuo, C., Tian, J., & Cui, Y. (2021). *Factors Affecting College Students' Continuous Intention to Use Online Course Platform*. SN Computer Science, 2, 1-11. <https://doi.org/10.1007/s42979-021-00498-8>
- Cooksey, R. W. (2020). *Descriptive Statistics for Summarising Data. In Illustrating Statistical Procedures: Finding Meaning In Quantitative Data*. Singapore: Springer Singapore (pp. 61-139) https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-2537-7_5

- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia. https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&lpg=PA3&ots=IZo0USor_4&dq=uji%20validitas&lr&pg=PA3#v=onepage&q=uji%20validitas&f=false
- DigitalDefynd. (2025). *Online vs In-Person vs Hybrid Bootcamps: Key Differences*. Diakses pada 4 Desember 2025 dari <https://digitaldefynd.com/IQ/online-vs-in-person-bootcamps/>
- Fazira, F., & Lestari, F. E. (2025). *Peran Penting Teori Perilaku Konsumen dalam Strategi Pemasaran*. Diakses pada 30 Juli 2025 dari https://www.researchgate.net/publication/392569371_PERAN_PENTING_TEORI_PERILAKU_KONSUMEN_DALAM_STRATEGI_PEMASARAN
- Humairoh, H. A. N., & Pinandito, A. (2023). *Pengaruh Bootcamp Online terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 7(4), 1913-1920. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12615>
- Imtihan, K., Mardi, M., Rodi, M., Bagye, W., & Zulkarnaen, M. F. (2025). *Peningkatan Keterampilan Penulisan Artikel Ilmiah melalui Bootcamp Berbasis Pendekatan Interaktif bagi Mahasiswa*. Jurnal Abdi Insani, 12(5), 1937-1947. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2492>
- Iskandar, I., Faridatunnissa, D., & Wachjuni, W. (2023). *Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian dengan Content Marketing sebagai Variabel Intervening (Survei pada para pengguna TikTok yang berbelanja pada marketplace Shopee)*. Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi), (6), 620-630. <https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/view/492>
- Khoirunnisa, B. (2024). *Analisis Hukum terhadap Tanggung Jawab Perusahaan dalam Program Jaminan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) bagi Pekerja Remote di Indonesia*. Multilingual: Journal of Universal Studies, 4(4), 172-189. <https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/multilingual/article/view/981>
- Maidiana, M. (2021). *Penelitian Survey*. ALACRITY: Journal of Education, 20-29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Mediana. (2024). *Minat Kerja di Luar Negeri Berkurang, "Remote Work" Meningkat*. Kompas.id. Diakses pada 30 Juli 2025 dari <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/08/16/minat-kerja-di-luar-negeri-berkurang-remote-work-meningkat>
- Napitupulu, E. L. (2023). *Karir Teknologi Digital Kian Menarik, Kebutuhan Pendidikan Semakin Tinggi*. Kompas.id. Diakses pada 22 Januari 2026 dari <https://www.kompas.id/artikel/karir-teknologi-digital-kian-menarik-kebutuhan-pendidikan-semakin-tinggi>
- Subhaktiyasa, P. G., Candrawati, S. A. K., Sumaryani, N. P., Sunita, N. W., & Syakur, A. (2025). *Penerapan Statistik Deskriptif: Perspektif Kuantitatif dan Kualitatif*. Emasains:

- Jurnal Edukasi Matematika dan Sains, 14(1), 96-104.
<https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/emasains/article/view/4450>
- Sudaryo, Y., Efi, N. A. S., Medidjati, R. A., & Hadiana, A. (2019). *Metode Penelitian Survei Online dengan Google Forms*. Penerbit Andi. Diakses pada 25 Januari 2026 dari https://books.google.co.id/books?id=u7ChDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Syafa, M. N., Sintawati, T. I., & Widyaputri, I. D. (2024). *Fenomena Menjamurnya Bootcamp [Casestudy]*. Digital Society. Diakses pada 25 Januari 2026 dari <https://digitalsociety.id/wp-content/uploads/2025/02/Casestudy-108-Fenomena-Menjamurnya-Bootcamp.pdf>
- Vetter, T. R. (2017). *Fundamentals of Research Data and Variables: The Devil is in the Details*. *Anesthesia & Analgesia*, 125(4), 1375-1380.
https://journals.lww.com/anesthesia-analgesia/fulltext/2017/10000/fundamentals_of_research_data_and_variables_the.45.aspx
- VRITIMES. (2023). *Latih 130.000 Students hingga Tahun 2022, BINAR Optimis Indonesia jadi Digital Talent Hub Dunia*. Diakses pada 22 Januari 2026 dari <https://www.vritimes.com/id/articles/691d3628-662a-11ed-b72b-0a58a9feac02/948540e4-daa7-11ed-ab93-0a58a9feac02>
- Yusdianto, T. K. (2025). *Musik dan Fear Of Missing Out di Kalangan Generasi Z (Studi Etnografi Pada Konser Hindia)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/59165>