

DETERMINAN PENGGUNAAN KLIK INDOMARET UNTUK PROSES PENJUALAN BARANG

¹Dwi Ambarwati, ²Dwi Ekasari Harmadji, ³Tio Arriela Doloksaribu

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang,
Indonesia

Email: ambardwi002@gmail.com

Abstract: *Klik Indomaret is one of the latest innovations in the field of information technology from PT Indomarco Prismaatama to improve the process of selling Android-based goods. This research aims to test and provide evidence regarding the use of Klik Indomaret in the process of selling goods. In this research, the Theory of Technology Acceptance Model (TAM) uses the independent variables, perceived ease of use, and perceived usefulness, while the dependent variable is perceived behavior to continue using it (Behavior Intention to Use). This research used a census method carried out on employees in the accounting department of Indomaret, Malang Branch, East Malang Manager area with a total of 40 shops consisting of 2 employees per shop, a total of 80 shop employee respondents. The test results show that perceived convenience has no effect on perceived behavior to continue using, perceived ease has a positive and significant effect on behavior to continue using, and the simultaneous variables of perceived convenience and usefulness do not simultaneously influence perceived behavior to continue using.*

Keyword: *Klik Indomaret, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Behavior Intention to Use*

Abstrak: Klik Indomaret merupakan salah satu inovasi terbaru dalam bidang teknologi informasi dari pihak PT Indomarco Prismaatama untuk meningkatkan proses penjualan barang yang berbasis android. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti terkait penggunaan Klik Indomaret dalam proses penjualan barang. Dalam penelitian ini menggunakan *Teory Technology Acceptance Model (TAM)* variabel independen persepsi kemudahan (*Preceived Ease of Use*), dan persepsi kegunaan (*Preceived Usefulness*), sedangkan variabel dependennya adalah persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*). Penelitian ini menggunakan metode sensus yang dilakukan pada Karyawan bagian akuntansi Indomaret Cabang Malang area Manajer Malang Timur dengan jumlah toko 40 terdiri dari 2 karyawan setiap toko, total responden sebanyak 80 responden karyawan toko. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap prilaku untuk tetap menggunakan, dan variabel simultan dari persepsi kemudahan dan kegunaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap persepsi prilaku untuk tetap menggunakan.

Kata Kunci: Klik Indomaret, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Perilaku untuk tetap menggunakan

PENDAHULUAN

Klik Indomaret merupakan inovasi dari PT. Indomarco Prismaatama berupa *one step online store*. Aplikasi yang dikembangkan oleh PT. Indomarco Prismaatama ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan barang dan mendorong masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut secara efektif dan efisien sehingga menghemat waktu dan tenaga. Dalam penjualan barang berdampak pada ketersediaan stok barang, pembatasan jumlah pembelian, dan waktu estimasi pengiriman barang. Penggunaan aplikasi Klik Indomaret ini perlu dilakukan pengukuran tingkat penggunaan dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya sistem pada perusahaan. Salah satu metode yang digunakan untuk mengukur dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana penerapan aplikasi Sistem Informasi Klik Indomaret secara online di PT. Indomarco Prismaatama.

Penelitian sebelumnya terkait dengan implementasi TAM pada penelitian Kusuma, (2016) pada perancangan sistem informasi akuntansi penjualan berbasis web. Penelitian tersebut menggunakan faktor kemudahan, kegunaan, dan minat perilaku untuk tetap menggunakan tidak

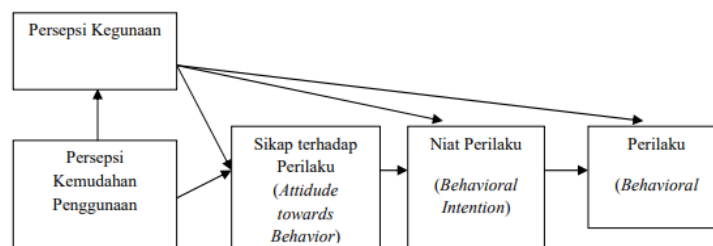
berpengaruh terhadap penelitiannya dengan mengutamakan sumber daya manusia dengan menggunakan data manual. penelitian lain oleh Lestari, (2020) terkait dengan Analisa pengaruh aplikasi e-commerce Klik Indomaret terhadap penerimaan pengguna di Kabupaten Jember dengan menggunakan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), kepercayaan (*Trust*), Persepsi Risiko (*Perceived Risk*), persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), dan persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*) yang berpengaruh terhadap aplikasi e-commerce Klik Indomaret secara signifikan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Budiman,(2013) yang berjudul pengaruh *Technology Accptenace Model* (TAM) terhadap kesuksesan aplikasi SIMDA. Penelitian tersebut membahas metode TAM terhadap kesuksesan penggunaan aplikasi SIMDA. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Loanata & Tileng, (2016) dengan tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh pada Traveloka. Dengan menggunakan variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, *Behavior Intention to Use*. Berdasarkan variabel tersebut telah ditarik kesimpulan dari hasil penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM) mampu memprediksi penerimaan pengguna aplikasi bahwa *Trust* sangat mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan Traveloka.

Pembahasan penelitian yang dilakukan merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Budiman, (2013) dan Loanata & Tileng, (2016), penelitian ini melakukan analisa terhadap perilaku pengguna sistem informasi akuntansi Klik Indomaret dengan menggunakan variabel Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*) dengan menggunakan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini lebih menekankan pada karyawan bagian akuntansi sebagai media yang digunakan dalam melakukan kegiatan penjualan.

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan Davis menjelaskan bahwa “*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu teori untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna”. Model TAM merupakan perkembangan dari teori *Technology of Reason Action* (TRA). TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*Trust*), Sikap (*Attitude*), dan Niat (*Intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*User Behavior Relationship*). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah persepsi pengguna atas kemudahan dan kegunaan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan dalam konteks pengguna teknologi informasi sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan pengguna menjadikan tindakan orang tersebut dapat menerima pengguna teknologi informasi.



Gambar 1 Model Theory Technology Acceptance Model (Davis et al;1986)

Terdapat lima konstruk utama yang membentuk TAM, kelima konstruk tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Persepsian (*Perceived Usefulness*)
Doloksaribu (2022), memaparkan persepsi mengenai kegunaan, bertujuan menunjukkan sejauh mana sistem informasi pembayaran dalam bentuk e-retribusi dapat memudahkan pekerjaan, meningkatkan hasil produktivitasnya dan kecepatan penyelesaian kewajiban pajaknya. Persepsi kegunaan merupakan proses masuknya suatu sistem informasi tentang nilai suatu sistem informasi ke dalam otak manusia.

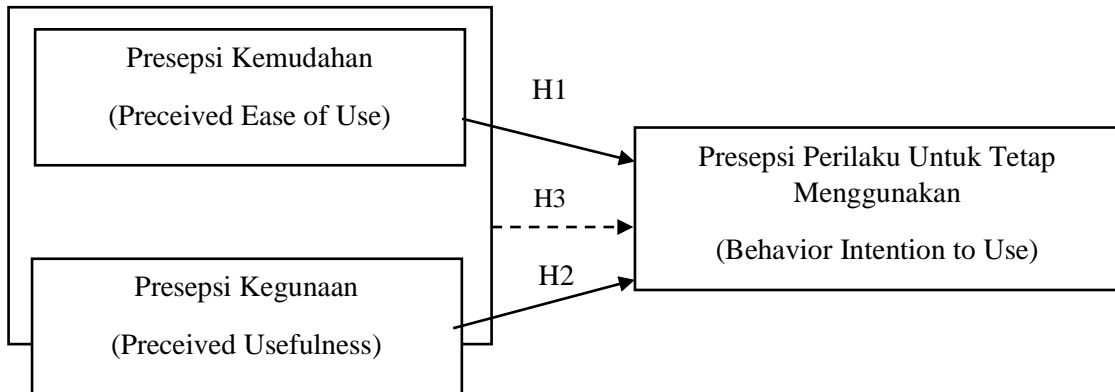
Kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya.

2. Kemudahan Pengguna Presepsian (*Perceived Ease of Use*)
Doloksaribu (2022), memaparkan Presepsi kemudahan merupakan persepsi mengenai kemudahan penggunaan teknologi. Berdasarkan definisi di atas kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) seseorang di dalam mempelajari komputer. Pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya (*compatible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.
Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*) dan penggunaan sesungguhnya (*actual usage*).
3. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behaviour*)
Doloksaribu (2022), memaparkan Sikap merupakan suatu tindakan dalam menunjukkan presepsinya. Sikap pedagang pasar dalam menerima menolak menggunakan *e-retribusi* pasar bergantung pada kepercayaan yang timbul dari dalam dirinya. Kepercayaan terhadap suatu informasi akan menghasilkan sikap yang baik. sikap positif ditunjukkan apabila pedagang pasar memahami pelayanan pembayaran *e-retribusi* pasar. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward Behaviour*) merupakan perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Beberapa Peneliti menunjukkan sikap (*attitude*) berpengaruh secara positif terhadap minat perilaku (*behavioral intention*). Akan tetapi beberapa peneliti juga menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) tidak berpengaruh signifikan ke minat perilaku, sehingga peneliti tidak memasukan konstruk sikap di dalam model.
4. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)
Minat perilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. tingkat penggunaan teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap pedulinya terhadap teknologi. Sikap minat perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku merupakan prediksi terbaik dari pengguna teknologi oleh pemakai sistem. Bukti empiris oleh (Tuncer et al., 2021) minat perilaku merupakan kepentingan strategis bagi bisnis untuk mencapai target pelanggan mereka serta sebagai cara guna meningkatkan pangsa pasar.
5. Perilaku (*Behaviour*)
Jogiyanto (2007) memaparkan Perilaku (*Behaviour*) adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam berbagai penelitian karena penggunaan sesungguhnya tidak dapat diobservasi oleh peneliti yang menggunakan daftar pertanyaan, maka penggunaan sesungguhnya ini banyak diganti dengan nama pemakaian presepsian (*perceived usage*).

Berdasarkan hipotesis tersebut dilakukan pengujian TAM dengan menggunakan kuesioner penelitian sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat pemahaman pengguna sistem terhadap kondisi nyata yang diperoleh user sebagai pengguna aplikasi dan sampel dari penelitian yang dilakukan.

Kerangka Konsep Penelitian

Gambar2
Kerangka Konsep Penelitian



Pengaruh Presepsi Kemudahan (*Preceived Ease of Use*) terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

Menurut (Doloksaribu,2022), persepsi kemudahan merupakan persepsi mengenai kemudahan teknologi. Pengguna tidak merasa kesulitan dalam mempelajari, memahami terampil dan mampu mengendalikan sekaligus menyelesaikan kewajiban mereka. Apabila pengguna suatu sistem memiliki persepsi bahwa dengan menggunakan sistem mampu untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi waktu berkerjanya, maka dapat mempengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan sistem tersebut.

H1: Presepsi Kemudahan Berpengaruh Positif terhadap Presepsi Perilaku untuk Tetap Menggunakan.

Pengaruh Presepsi Kegunaan (*Preceived Usefulness*) terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*)

Presepsi Kegunaan merupakan proses masuknya suatu informasi tentang nilai-nilai suatu sistem informasi kedalam otak manusia. Presepsi Kegunaan bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana sistem informasi berupaya untuk memudahkan pekerjaan, dan mampu memberikan manfaat penting bagi pengguna. Bukti Empiris dari Sondkah (2017) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan. Semakin tinggi tingkat kegunaan dari Klik Indomaret maka semakin tinggi juga niat untuk menggunakan. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang digunakan adalah :

H2 : Presepsi Kegunaan (*Preceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*)

Pengaruh Persepsi Kemudahan (*Preceived Ease of Use*) dan Presepsi Kegunaan (*Preceived Usefulness*) terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*)

Simultan merupakan sesuatu yang terjadi atau dilakukan pada waktu yang bersamaan yang tidak saling menunggu (Dr.Aso Setana :2006). Simultan ada;ah pengaruh variabel yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas jika digabungkan terhadap variabel- variabel terikat digambarkan dengan Uji F dengan ketentuan hipotesis jika nilai signifikan >0,05 maka hipotesis diterima, dan jika nilai signifikan <0,05 maka hipotesis ditolak. Ketentuan penerimaan hipotesis dapat dilakukan dengan cara melihat Fhitung dan Ftabel.

H3: Presepsi Kemudahan (*Preceived Ease Of Use*) dan Presepsi Kegunaan (*Preceived Usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode sensus. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bagian akuntansi dengan jabatan *Store Junior Leader* pada PT. Indomarco PrismaTama cabang Malang area Malang Timur (Tumpang, Singosari, Sawojajar, Sulfat) dengan jumlah 80 karyawan sebagai responden terdiri dari 2 karyawan dalam satu toko dari jumlah toko sebanyak 40 toko. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner menggunakan skala liker dengan interval 1-5. Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan IBM SPSS. Definisioperasional variabel penelitian ini bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Inisial	Sumber
Presepsi Kemudahan <i>Preceived Ease of Use</i> (PEOU)	“Presepsi Kemudahan penggunaan mengacu pada “sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”	Kemudahan untuk dipelajari	PEOU.1	Davis F. D., 1989, Ramadhan, et al 2016
		Mendapat sesuatu dari teknologi	PEOU.2	
		Jelas dan mudah dipahami	PEOU.3	
		Fleksibel	PEOU.4	
		Mudah untuk menjadi terampil	PEOU.5	
		Kemudahan Penggunann	PEOU.6	
Presepsi Kegunaan <i>Preceived Usefulness</i> (PU)	Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mengakibatkan kinerja pekerjaannya	Mempercepat pekerjaan (Kerja dengan cepat dan bisa saja masuk ke efektivitas karena menyukkseskan pengguna dalam membeli produk di Indomaret)	PU.1	Davis F. D., 1989, Sugiarto 2011
		Menjawab kebutuhan informasi	PU.2	
		Meningkatkan Produktivitas	PU.3	
		Mempertinggi efektivitas	PU.4	
		Mempermudah pekerjaan	PU.5	
		Berguna/ bermanfaat	PU.6	
Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan <i>Behavioral Intention to Use</i> (BIU)	Minat penggunaan didefinisikan sebagai rencana atau keinginan untuk tetap menggunakan dalam aktivitas transaksi kedepannya.	Berencana menggunakan sistem informasi ajyntansi di masa mendatan untuk melakukan transakasi	BIU.1	Leon 2018
		Niat menggunakan	BIU.2	

		teknologi sesering mungkin	
		Niat menyarankan untuk menggunakan	BIU.3

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 2
Deskripsi Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	59	73,75%
2	Perempuan	21	26,25%
	Jumlah	80	100%
No	Usia Responden	Jumlah	Presentase
1	19-24 tahun	62	77,5%
2	25-30 tahun	16	20%
3	>30 tahun	2	2,5%
4	jumlah	80	100%

Sumber data primer diolah 2023

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk dapat melakukan uji kebenaran atau ketepatan suatu instrumen penelitian. Data dikatakan valid apabila hasil rhitung $\geq 0,05$ dan apabila $\leq 0,05$ tidak valid.

Tabel 3
Uji Validitas

No	Item	Pearson Correlation (r hitung)	Sig. (2-tailed)	Sig Maksimum	Keterangan Sig. (2-tailed) <Sig Maksimum maka Valid
1	X1.1	0.733	0.001	0.05	Valid
2	X1.2	0.665	0.001	0.05	Valid
3	X1.3	0.804	0.001	0.05	Valid
4	X1.4	0.666	0.001	0.05	Valid
5	X1.5	0.665	0.001	0.05	Valid
6	X1.6	0.777	0.001	0.05	Valid
7	X1.7	0.807	0.001	0.05	Valid
8	X1.8	0.777	0.001	0.05	Valid
9	X2.1	0.662	0.001	0.05	Valid
10	X2.2	0.773	0.001	0.05	Valid
11	X2.3	0.694	0.001	0.05	Valid
12	X2.4	0.786	0.001	0.05	Valid
13	X2.5	0.768	0.001	0.05	Valid
14	X2.6	0,745	0.001	0.05	Valid
15	Y1.1	0.823	0.001	0.05	Valid

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 6 yang menunjukkan *variance Inflation Factor* (VIF) <10 Sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

Tabel 6
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.987	2.022		.488	.627		
X1	.085	.073	.128	1.162	.249	.519	1.927
X2	.525	.093	.622	5.635	<.001	.519	1.927

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glesjer dengan asumsi jika nilai variabel independen bernilai >0,05 maka data yang diuji pada penelitian ini bebas gejala heterokedastisitas, hasil uji glesjer pada tabel 7.

Tabel 7
Uji Heteokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.084	1.309		3.883	<.001
X1	.050	.047	.153	1.066	.290
X2	-.215	.060	-.511	-3.563	<.001

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Regresi Liner Berganda

Tabel 8
Uji Regresi Liner Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.987	2.022		.488	.627		
X1	.085	.073	.128	1.162	.249	.519	1.927
X2	.525	.093	.622	5.635	<.001	.519	1.927

a. Dependent Variable: Y

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keseluruhan X memiliki tingkat sig < 0,05 yang artinya tidak terdapat pengaruh simultan variabel Presepsi kemudahan (*Preceived Ease of Use*) dan Presepsi Kegunaan (*Preceived Usefulness*) terhadap Presepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 9
Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,987	2,022		,488	,627		
	X1	,085	,073	,128	1,162	,249	,519	1,927
	X2	,525	,093	,622	5,635	<,001	,519	1,927

a. Dependent Variable: Y

Nilai sig pada tabel diatas seluruh variabel X > dari 0,05 sehingga memberikan kesimpulan bahwa variabel Persepsi kemudahan (*Preceived Ease of Use*) memiliki nilai Sig 0,249 sehingga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*), sedangkan variabel Persepsi Kegunaan dengan nilai sig 0,001 sehingga di terima secara parsial terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

Uji F

Tabel 10
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217,865	2	108,933	40,652	<,001 ^b
	Residual	206,335	77	2,680		
	Total	424,200	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai Sig adalah < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan (*Preceived Ease of Use*) dan Kegunaan (*Preceived Usefulness*) berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*).

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Persepsi kemudahan (*Preceived Ease of Use*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Persepsi Perilaku Untuk Tetap Menggunakan (*Behavior Intention to Use*) pada penggunaan aplikasi Klik Indomaret di Cabang Malang area Manager Malang Timur (Tumpang, Singosari, Sawojajar, Sulfat). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan teknologi indormasi akan memudahkan pekerjaan yang mengurangi usaha yang ekstra (Davis, 1989). Persepsi perilaku untuk tetap menggunakan juga merupakan suatu kepercayaan (belief) tentang proses pengambilan keputusan. Apabila individu percaya bahwa suatu sistem informais mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa suatu sistem informasi tidak mudah untuk digunakan maka ia tidak akan menggunakannya. Studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kusuma, (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap persepsi perilaku untuk

tetap menggunakan terhadap penelitiannya yang lebih mengutamakan sumber daya manusia (bendahara) yang masih menggunakan data manual. Penelitian ini menolak penelitian dari Lonata & Tileng (2016); Lestari, (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan. Ketika pengguna belum terbiasa dalam menggunakan suatu sistem informasi maka akan merasa tidak mudah dengan program suatu sistem informasi, di karenakan harus menggunakan tambahan alat bantu untuk kelancaran dan melakukan pekerjaan. Hal ini menjadikan kesulitan bagi pengguna baru yang belum terbiasa untuk menjalankan tugasnya sebagai karyawan bagian akuntansi pada proses penjualan menggunakan aplikasi Klik Indomaret.

2. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara parsial berpengaruh positif terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*) aplikasi Klik Indomaret pada proses penjualan barang di Indomaret Cabang Malang area Malang Timur (Tumpang, Singosari, Sawojajar, Sulfat). hasil tersebut mendukung studi sebelumnya yaitu Budiman, (2013); yang menunjukkan bukti empiris bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi SIMDA. Lonata & Tileng, (2016) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan Traveloka dimana pengguna Traveloka semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa sistem penjualan barang melalui Klik Indomaret berjalan dengan lancar dengan baik selama penggunaannya, mengingat aplikasi Klik Indomaret telah dijalankan selama 3 tahun.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan Kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap Perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*) pada penjualan barang dengan Klik Indomaret. penelitian ini sejalan dengan Kusuma, (2016) bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan secara simultan tidak berpengaruh secara positif terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan. penelitian ini menolak penelitian Kurniasih, (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan secara simultan berpengaruh positif terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan pada penggunaan aplikasi DANA. Pada penelitian ini Kedua faktor ini memiliki pengaruh yang berbeda terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan, dikarenakan hasil dari pengisian kuesioner responden bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap perilaku untuk tetap menggunakan program aplikasi Klik Indomaret dengan kurangnya atau masih lemahnya tingkat kemampuan seseorang karyawan dalam mengoperasikan program yang ada pada klik indomaret dikarenakan masih dibantu dengan alat handphone untuk kelangsungan proses penjualan barang pada Klik Indomaret, sedangkan untuk persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku untuk tetap menggunakan dengan hasil rentan usia yang mampu bersaing dengan kemajuan teknologi sehingga menghasilkan kinerja yang produktif dan efisien dengan kualitas kinerja yang baik. sesuai dengan visi dan misi Pada PT Indomaret Prisma Utama. Penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) dan Kegunaan (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

KESIMPULAN

Hasil penelitian penggunaan Klik Indomaret pada proses penjualan barang di Indomaret Cabang Malang area Manajer Malang Timur menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*).
2. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara parsial berpengaruh positif terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*).
3. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara simultan tidak berpengaruh terhadap persepsi perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavior Intention to Use*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada PT. Indoamrco Prismatama yang telah memberikan data dan informasi dalam penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Wisnuwardhana Malang atas dukungan serta kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, J. U., Kertahadi dan Riyadi. 2014 “Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 15 (02): 1-10
- Baramuli, J. P., & Karamoy, H. (2013). Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Pada PT. Ciputra Internasional Manado. *Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Bodnar, G. H., & William, S. H. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Budiman, F. (2013). Pendekatan Technology Aacceptance Model Dalam Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Manajemen Daerah. *Wahana Reset Akuntansi*.
- Daud, R., & Valeria, M. W. (t.thn.). Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas Berbasis Komputer Pada Perusahaan Kecil (Studi kasus pada PT. Trust Technology). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Voll 12 No.
- Davis, F. D., dan Venkatesh, V. 1996. A critical asseessment of potential measurement biases in the technology acceptane model three experiments. *Int. J. Human – Computer Studies*, 19-45
- Davita, H., & Alandia, D. H. (2015). *Analisa pendekatan Teknologi Aceptance Model TAM pada sistem informasi berbasis komputer*. Jombang.
- Doloksaribu, T. A., & Firdaus, R. (2022). niat pedagang pasar dalam menggunakan Sistem E-Restribusi Pasar.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Analisis dengan Partial Last Square (PLS) (4th ed)*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro .
- Hermawan, H. 2017. “Sikap Konsumen terhadap Belanja Online.” *WACANA Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16 (1) : 136-147
- Indrajani, Olivia, W., Megaria dan Christina. 2007. Analisis dan Perancangan Aplikasi E-Marketing pada PT. Alpha Cipta Computindo. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2007 (SNATI 2007)*, ISSN: 1907-5022
- Jammes, A. H. (2012). *Sistem Infomrasi Akuntanasi Penjualan Berbasis Internet*.
- Krismiadi. (2012). *Siste Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Kurniasih, M. (2022). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Kualitas, Layana, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi*.
- Kusnawati, Rokhmawati dan Rachmadi Aditya. 2018. “Analisis Pengalaman Pengguna pada Website E-Commerce (Studi pada klikindomaret.com dan alfacart.com).” *Jurnal Pengembangan teknologi informasi dan ilmu komputer* 2 (9): 3287-3292
- Kusuma, A. F. (2016). *Perancangan Sistem Akuntansi Penjualan Tunai Berbasis Web*.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Presepsi Kemanfaatan Presepsi Kemudahan Penggunaan Presepsi Resiko dan Presepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. (2013). *Management Infomation System*. Managing the digital firm.
- Lestari, N. D. (2018). *Ayunda Nita Dwi Lestari (2020), penelitian AyuAnalisa Pengaruh Aplikasi e-commerce Klik Indomaret terhadap Penerimaan Pengguna di Kabupaten Jember*. Kabupaten Jember.
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka) . *JUISI*.

- Nangi, I. Y., & Sukaatmadja, I. P. (2015). Pengaruh Aplikasi TAM dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-Commerce Dalam Produk Pakaian dan Accesoris. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- P, G, S., N, N, K. dan L, P. A. 2014. The Application of technology acceptance model on internet banking users in the city of Denpasar. *J. Manaj dan Kewirausahaan*. Vol. 16, No. 2, PP. 93-102
- Revve, J., M, W., Carls, S., & Duchac, J. E. (2012). *Corporate Financial Accounting Edition*. Canada : South-Western Cengage Learning.
- Romney, M. B., & Paul, J. S. (2015). *Accounting Information System*. England: Pearson Educational Limited.
- Santoso, B. (2012). *Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer*.
- Sodik, S. S., & Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi media Publishing.
- Sondkah, J. S. (2017). Behavioral Intention To Use E-Tax Service System An: Application of Technology Acceptance Model. *European Research Studies Journal Volume XX*.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung, Lingga Jaya.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa* . Yogyakarta: Andi.