

## IMPLEMENTASI *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LAYANAN KEPADA PELANGGAN THANI *COFFEE*

Ivan Setyawan<sup>1</sup>, Lauw Li Hin<sup>2\*</sup>, Dian Anubhakti<sup>3</sup>, Grace Gata<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[ivansetyawan715@gmail.com](mailto:ivansetyawan715@gmail.com), <sup>2</sup>[lihin@budiluhur.ac.id](mailto:lihin@budiluhur.ac.id), <sup>3</sup>[dian.anubhakti@budiluhur.ac.id](mailto:dian.anubhakti@budiluhur.ac.id),

<sup>4</sup>[grace.gata@budiluhur.ac.id](mailto:grace.gata@budiluhur.ac.id)

(\* : corresponding author)

**Abstrak**-Dukungan dan kepuasan pelanggan sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis *Coffee shop*. Thani *Coffee* sebagai tempat untuk bersantai dan menikmati *Coffee* jika ada pekerjaan atau tugas kuliah. Thani *Coffee* memiliki masalah, terutama penawaran dalam menjaga hubungan dengan klien, yang terdiri dari penyedia yang tidak berguna untuk pelanggan saat melakukan pemesanan, selain itu fakta tentang promo minuman yang kurang kuat sehingga sesekali pekerja Thani *Coffee* lalai untuk memberikan statistik tentang minuman yang mungkin sedang promo kepada pelanggan, dan pusat pengajuan keluhan dan tips yang kurang kuat untuk Thani *Coffee* sehingga Thani *Coffee* sulit untuk meningkatkan layanan. Berdasarkan masalah yang ada, penelitian ini menggunakan pendekatan metode kontrol hubungan pembeli (CRM) di mana ada 1 tahap CRM, yaitu *Enhance*. Metode rangkaian data pada pengamatan ini menggunakan observasi langsung, wawancara dan juga melakukan dokumentasi. Perangkat e-CRM yang dibuat menggunakan bahasa pemrograman Hypertext Preprocessor dan MySQL sebagai basis datanya. Sistem ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan pelayanan dan kesenangan kepada pelanggan Thani *Coffee*, yang memiliki beragam fitur yang dapat dirasakan oleh pelanggan, fitur promo minuman, pemesanan, pengurangan, komplain dan petunjuk, *review* minuman. Kemudian fitur-fitur yang dapat digunakan oleh Thani *Coffee*, fitur input menu, potong harga, data pemesanan, data pelanggan, pembuatan laporan penjualan, laporan pengguna, laporan kritik saran dan juga laporan *Review* serta menyediakan fasilitas untuk mengubah *banner* untuk membantu kegiatan promo minuman. Hasil penelitian ini berupa *website* digunakan oleh Thani *Coffee* agar dapat membantu proses bisnis yang sedang berjalan. Sehingga mempermudah penjualan serta rekapitulasi penjualan Thani *Coffee* dan juga dapat bersaing dengan *Coffee Shop* lainnya.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, pelayanan, pemesanan, promosi, Thani *Coffee*

**Abstract**-*Customer support and satisfaction are very important in running a Coffee shop business. Thani Coffee as a place to relax and enjoy Coffee if there is work or college assignments. Thani Coffee has issues, particularly the offerings in keeping relationships with clients, consisting of useless providers for customers when placing orders, in addition to facts about drink promos that are less powerful so that occasionally Thani Coffee workers neglect to provide statistics about drinks that may be on promo to customers, and a less powerful complaint and tips submission center so that Thani Coffee is difficult to improve services. Based on the current problems, this research uses a buyer relationship control (CRM) method approach where there is 1 CRM stage, namely Enhance. The method in this observation uses direct observation, interviews and also conducts documentation. The e-CRM device created using the Hypertext Preprocessor programming language and MySQL as its database. This system was created with the aim of providing service and pleasure to Thani Coffee customers, which has a variety of features for customers, drink promo features, ordering, reduction, complaints and instructions, drink reviews. The features that can be used by Thani Coffee are menu input, cut price, order data, customer data, sales report generation, user reports, criticism and review reports as well as providing facilities to change banners to assist beverage promo activities. The research conclusion is to facilitate the sale and recapitulation of Thani Coffee sales and also to compete with other Coffee Shops.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, service, order, promotion, Thani Coffee*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis *Coffee Shop* di perkotaan Indonesia sangat pesat dari tahun ke tahun. Serta dengan majunya peradaban pada era terkini, masyarakat mulai bergerak ke arah individualisme, masyarakat mulai beralih ke kedai kopi buat bekerja atau mengerjakan tugas sembari menikmati *Coffee* [1]. *Customer Relationship Management* (CRM) suatu strategi yang dicoba perusahaan buat pengelolaan ikatan dengan pelanggan serta bertujuan buat mengumpulkan seluruh informasi pelanggan serta membuat pelanggan loyal [2]. *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) merupakan CRM berbasis *website* yang mempunyai hubungannya dengan perusahaan dan juga pelanggan yang bertujuan mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan yang dilakukan secara *electronic* [3]. Tujuan dari *Customer Relationship Management*

(CRM) membuat strategi agar dapat mengetahui kebutuhan serta kebiasaan berbelanja konsumen agar bisa beradaptasi antara pelanggan dan perusahaan [4].

Thani *Coffee* adalah *Coffee Shop* yang menjual berbagai macam *Coffee* siap saji yang sudah berdiri sejak 10 September 2020 yang berlokasi di daerah Bintaro, Tangerang Selatan. Masalah bisnis yang terjadi pada Thani *Coffee* masih konvensional yang mengharuskan mengantri untuk memesan *Coffee* lalu dari segi promo yang masih belum efektif karena masih menggunakan riwayat dari Whatsapp sehingga tidak semua pelanggan yang mengetahuinya dan juga dari mulut ke mulut, dan juga pelanggan masih mengharuskan melihat menu di kasir yang mengakibatkan pelayanan jadi lama karena tidak semua hafal dengan menu yang tersedia. Menu yang ada pada Thani *Coffee* belum ada *Review* yang signifikan mengakibatkan pelanggan baru ragu dalam memesan, dan juga dari segi kritik dan saran yang masih berupa tulisan ke kertas yang membuat para pelanggan tidak enak memberi kritikan tentang Thani *Coffee*. Penjelasan tentang bahan minuman yang dipakai oleh Thani *Coffee* tidak dijelaskan di dalam menu sehingga pelanggan harus bertanya terlebih dahulu jika ingin tahu bahan apa yang dipakai sebagai bahan dasar minumannya. Untuk pemecahan masalah yang terjadi pada Thani *Coffee* peneliti membuat *website* penjualan agar mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan

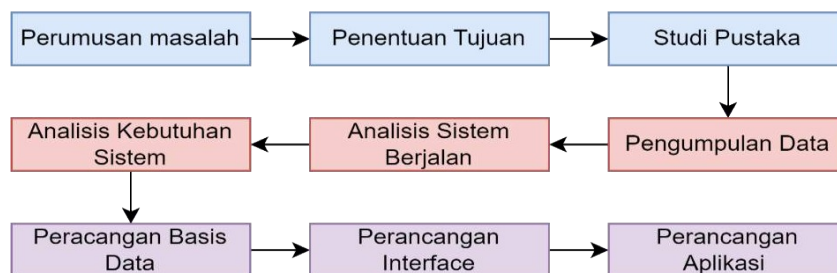
Studi literatur yang dipergunakan menjadi acuan referensi dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *Customer Relationship Management* dipergunakan oleh organisasi/perusahaan menjadi strategi usaha dengan pelanggan, strategi bisnis dengan menggunakan software atau aplikasi buat membantu menciptakan korelasi yang harmonis dengan pelanggan. [5]. Penelitian selanjutnya menjelaskan bahwa pada penerapan *Electronic Customer Relationship Management*, pembuatan sistem *website* bisa mempermudah dalam mengelola data penjualan serta data pelanggan, sedangkan pelanggan bisa dengan mudah melakukan pemesanan, melakukan pembayaran dan menerima info tentang diskon dan insentif yang diberikan sang UD Roti [6]. Penelitian lebih lanjut menjelaskan pada tempat hiburan *Family box* membuat sistem E-CRM berbasis *website* agar bisa memberikan *interface* antara sistem dengan pengunjung serta pula mempermudah kinerja pengelola data pelanggan sehingga petugas lebih efektif dan efisien dalam melayani pelanggan [7]. Penelitian selanjutnya dengan memakai sistem *Electronic Customer Relationship Management* dapat meringankan pekerjaan dalam menyimpan serta mengelola data penjualan dan juga pelanggan dapat dengan mudah mengetahui info jenis, harga, bonus pada setiap bungkus Keripik Kemuning [8]. Dalam penelitian selanjutnya dijelaskan bahwa dengan menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* memudahkan perusahaan dalam mengelola data transaksi pelanggan sehingga mengetahui pelanggan mana saja yang seringkali bertransaksi, dan dengan adanya fitur *review* serta *testimoni* dapat memudahkan perusahaan dalam melakukan penilaian terhadap pekerja dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan[9]

Dengan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* dapat melakukan penjualan dengan memanfaatkan teknologi dan mempermudah dari segi *customer* maupun Thani *Coffee*. Tahapan CRM yang digunakan yaitu *Enhanced* merupakan kegiatan menawarkan produk sama dengan kualitas yang terbaik [10]. *Customer relationship management* sangat membantu karena dapat memudahkan para pembeli untuk mengetahui informasi jenis *Coffee* yang mau dipesan. Sekarang banyak *Coffee Shop* yang menjual dan menjelaskan tentang jenis *Coffee* dan memakai bahan apa saja sebagai bahan dasar minumannya, dengan cara dijelaskan di dalam *website*. Maka dari itu Thani *Coffee* ingin menggunakan teknologi sebagai strategi penjualan dengan mengimplementasikan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). Dengan di terapkannya E-CRM diharapkan dapat mempermudah proses bisnis yang sedang berjalan pada Thani *Coffee*

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dilakukan di Thani *Coffee*, penulis membuat tahapan-tahapan tersebut yang digambarkan dalam bentuk diagram alur pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada penelitian di Gambar 1, terdapat proses yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada Thani *Coffee*, yaitu:

- a. Perumusan masalah yaitu tahap awal dari penelitian yang dilakukan untuk bertujuan buat mengetahui keinginan dari sistem yang belum tercapai serta mencari solusi asal permasalahan yang terjadi.
- b. Selanjutnya penentuan tujuan yang dimana tujuan dari penelitian ini membuat rancangan sistem *website*.
- c. Studi pustaka mencari metode atau topik sebagai referensi yang akan dipakai dalam menyelesaikan masalah.
- d. Pengumpulan data, tahap ini adalah tahap penelitian yang bertujuan buat mengetahui permasalahan yang ada pada Thani *Coffee*, pengumpulan data ini dilakukan menggunakan cara wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pemilik Thani *Coffee*.
- e. Analisis sistem saat ini untuk mengetahui sistem yang berjalan di Thani *Coffee*
- f. Analisis kebutuhan sistem menganalisis sistem yang sedang berjalan untuk melihat kekurangan dari Thani *Coffee*
- g. Perancangan basis data membuat struktur dan hubungan antar data pada tahap *Class Diagram*
- h. Perancangan *interface* penyesuaian program yang dibuat dan kemudian memudahkan pengguna dalam menggunakan *website*
- i. Perancangan aplikasi membuat perancangan *website* dalam membantu penjualan di Thani *Coffee*

## 2.2. Metode Pengumpulan Data

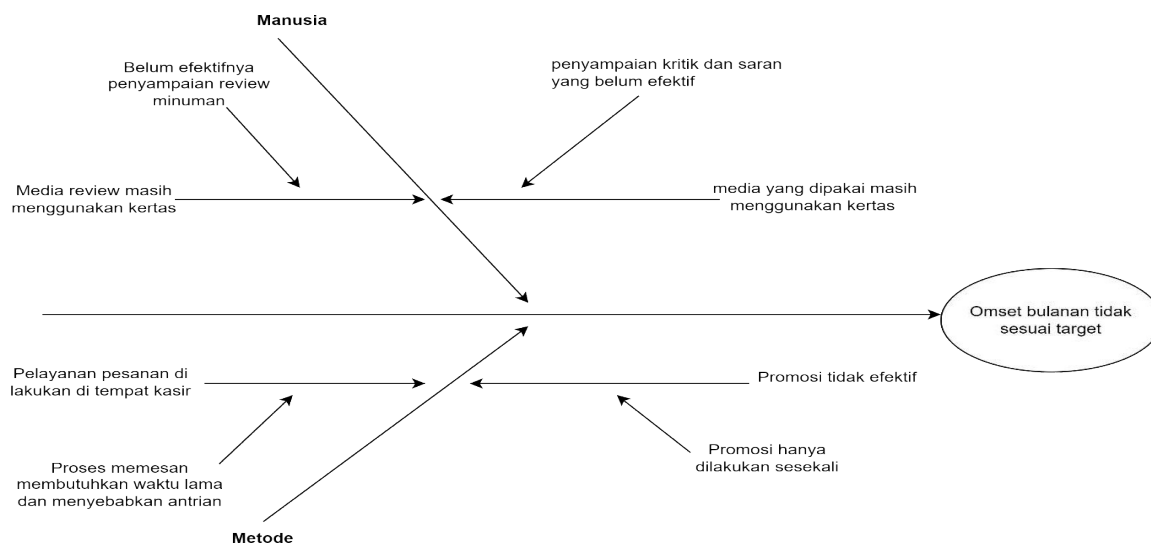
Mengumpulkan data yang bersumber dari pemilik Thani *Coffee* serta info sangat penting buat mengetahui apa yang diperlukan serta digunakan sebagai metode penulisan [11]. Berikut metode yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan :

- a. Wawancara: Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara *eksklusif* kepada pemilik Thani *Coffee*
- b. Observasi: Metode yang mengharuskan peneliti melakukan observasi dengan datang langsung ke Thani *Coffee*
- c. Dokumentasi: Metode yang dilakukan penulis untuk mencatat dan juga mengambil gambar di area Thani *Coffee*

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Masalah

Untuk menganalisis masalah tersebut, dibutuhkan *tools*. *Diagram Ishikawa* mempunyai fungsi buat menunjukkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas dan mampu memecahkan persoalan secara detail tentang faktor apa saja yang mempengaruhi dan berpengaruh terhadap faktor utama. [12]. Permasalahan pada penelitian ini digambarkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Fishbone Diagram

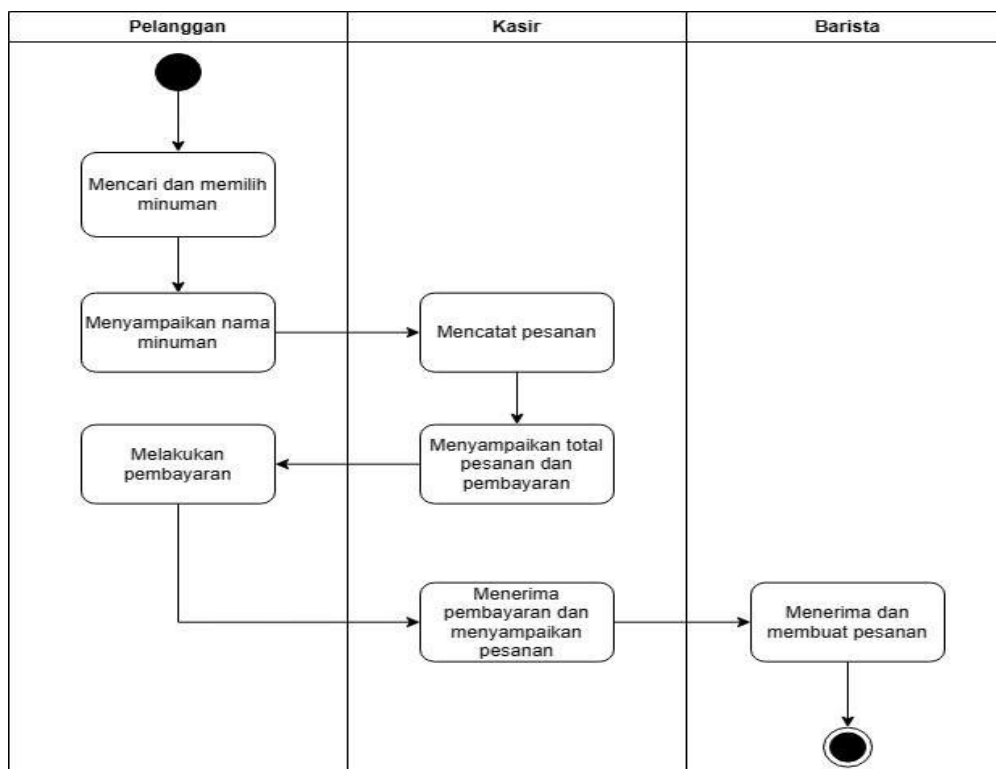
Berikut Penjelasan serta hasil analisis masalah yang ada pada Gambar 2. adalah sebagai berikut.

- a. Faktor Manusia : Review minuman dari pelanggan yang masih menggunakan kertas terkadang suka sobek dan hilang serta penyampaian kritik dan saran yang kurang efektif.
- b. Faktor Metode : Proses pelayanan yang membutuhkan waktu lama dan penyampaian promo yang kurang efektif

### 3.2. Analisis Proses Bisnis

Sesuai wawancara yang dilakukan dengan pemilik Thani *Coffee* dan juga observasi yang dilakukan buat mendapatkan info mengenai proses usaha yang ada pada Thani *Coffee*. telah didapatkan kesimpulan dan dibuat hasil analisis proses bisnis yang sedang berjalan, yaitu Proses Bisnis Pemesanan Minuman

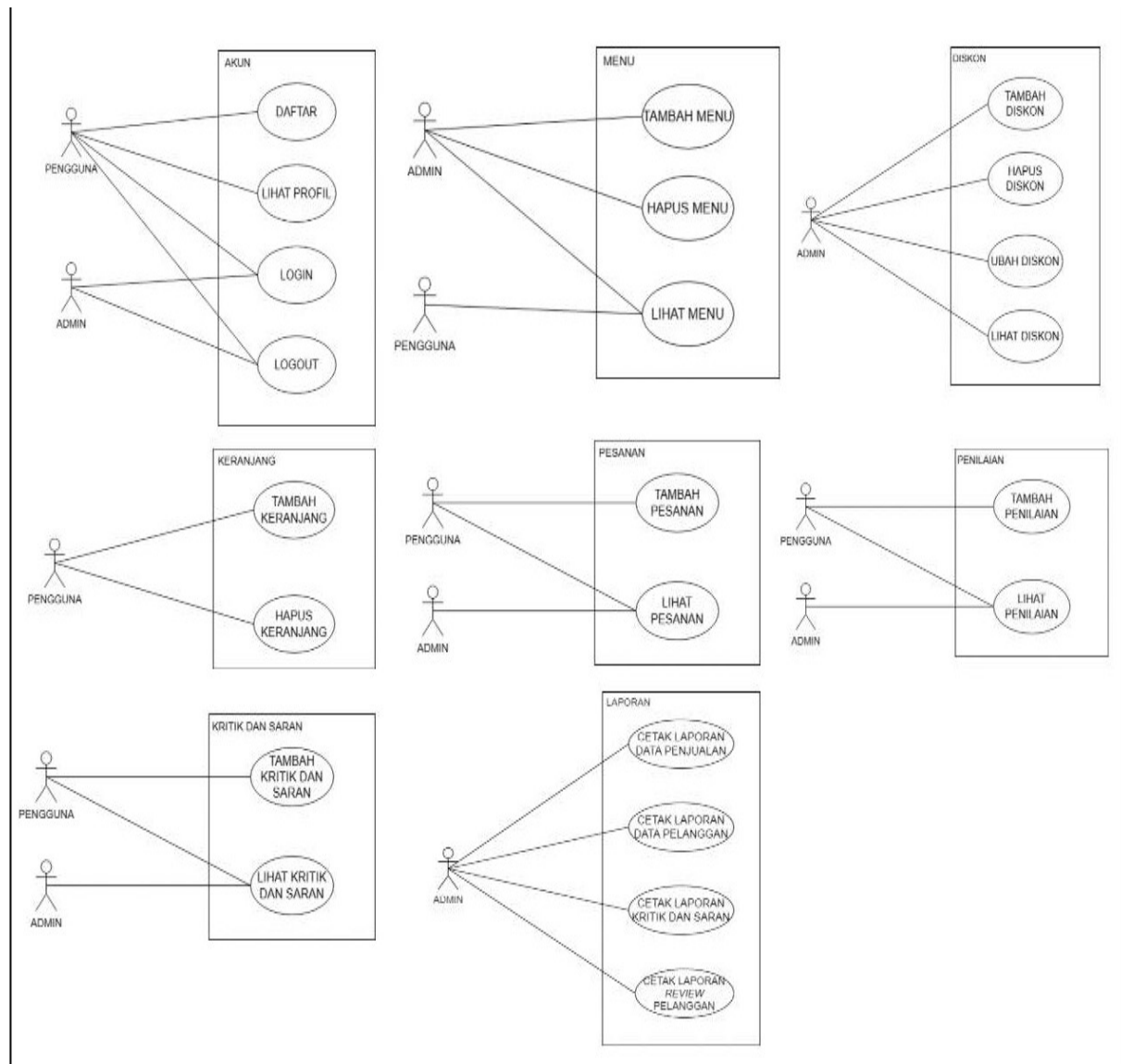
Pelanggan mencari dan memilih minuman yang diinginkan. Setelah itu, pelanggan memberitahu minuman yang dipilih dan kasir akan mencatat minuman yang dipilih. Kemudian kasir akan memberitahu total pesanan dan pembayaran kepada pelanggan, lalu pelanggan melakukan pembayaran dan pembayaran diterima oleh kasir. Proses bisnis pemesanan minuman dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Bisnis Pemesanan

### 3.3. Use case Diagram

*Use case diagram* adalah alat yang berguna buat membantu menstimulasi pengguna. *Use case diagram* menjelaskan apa yang akan dilakukan sistem serta siapa yang akan berinteraksi menggunakan sistem. [13]. *Use case Diagram* yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari *use case Diagram* Akun, *use case Diagram* menu, *use case Diagram* diskon, *use case Diagram* keranjang, *use case Diagram* pesanan, *use case Diagram* penilaian menu, *use case Diagram* kritik serta saran dan *use case Diagram* laporan yang terdapat pada Gambar 4.



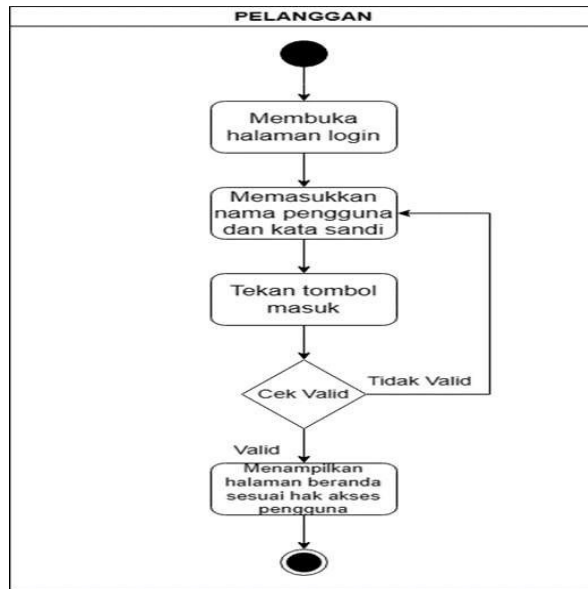
Gambar 4. Use case Diagram

### 3.4. Activity Diagram

Mendesripsikan alur kerja atau aktivitas dari sebuah sistem proses usaha menu yang terdapat pada perangkat lunak. yang perlu dilihat disini ialah *diagram* aktivitas menggambarkan kegiatan sistem dan bukan apa yang dilakukan aktor namun kegiatan yang dilakukan oleh sistem [14].

#### a. Activity Diagram Usulan Login

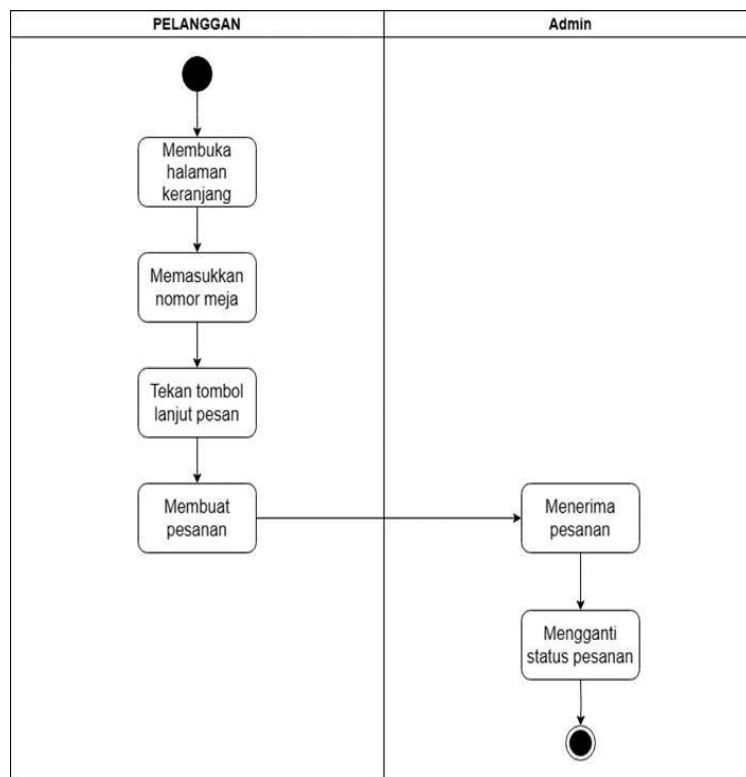
*Customer login* ke dalam *website* dengan memasukkan *username* dan *password*, kemudian menekan tombol *login*. Jika *username* serta *password* valid maka *customer* akan diarahkan ke *page* beranda sesuai dengan hak aksesnya. Bila tidak valid, maka user akan diarahkan kembali buat mengisi *username* serta *password*. terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Activity Diagram Usulan Login

b. Activity Diagram Usulan Pemesanan

Activity Diagram Usulan Pemesanan merupakan aktivitas pelanggan dalam melakukan pemesanan. Dalam melakukan pemesanan pelanggan mengharuskan masuk ke halaman keranjang, lalu memasukkan nomor meja pada formulir dan menekan tombol lanjut pesan, setelah itu pesanan berhasil dibuat dan diterima oleh admin, lalu admin mengganti status pemesanan yang terlihat pada Gambar 6.

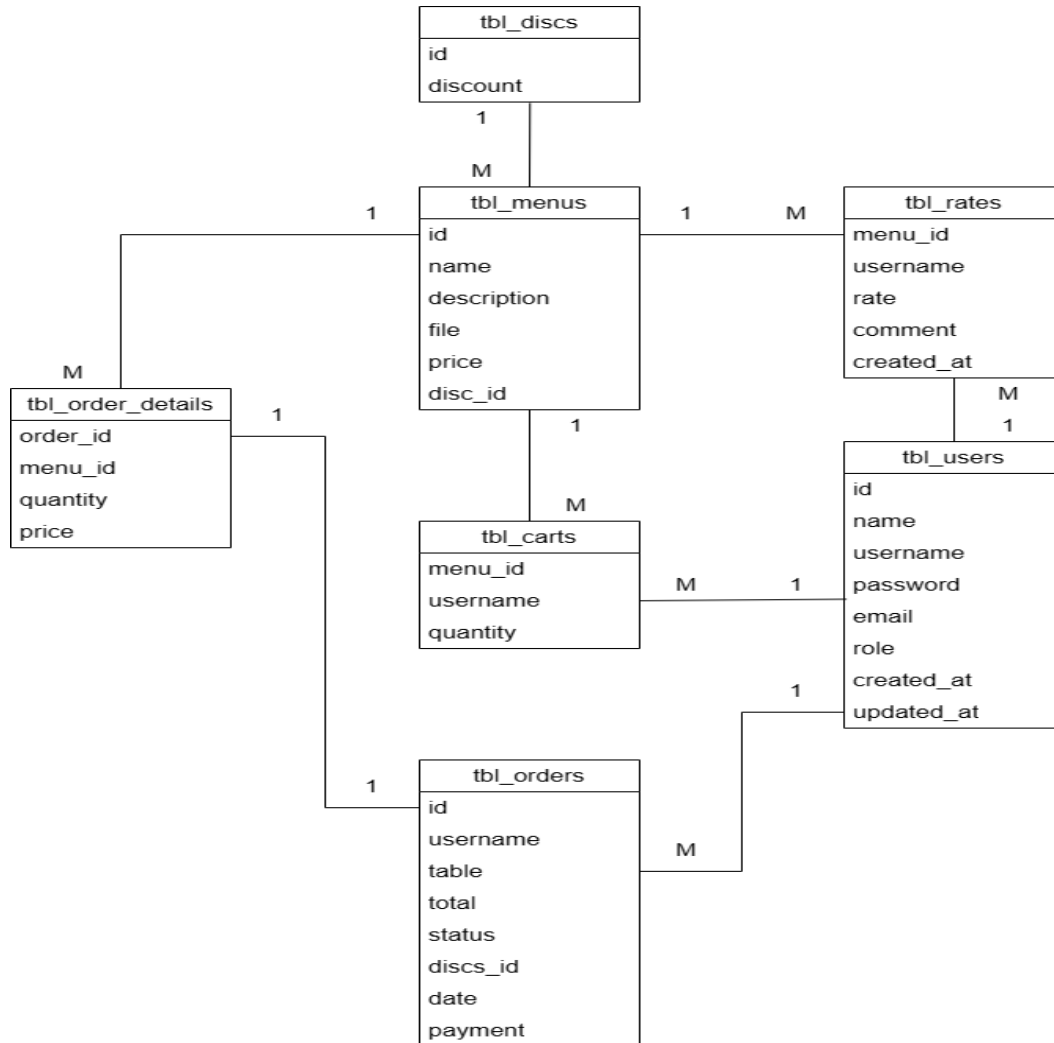


**Gambar 6.** Activity Diagram Usulan Pemesanan



### 3.5. Class Diagram

*Class Diagram* merupakan diagram yang menampilkan kelas-kelas yang terdapat di sebuah sistem serta berhubungan secara logika, *class diagram* mendeskripsikan struktur statis sebuah sistem serta menyebutkan manfaatnya [15]. Berikut merupakan *Class Diagram* yang dibuat untuk implementasi E-CRM yang dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Class Diagram

### 3.6. Hasil Implementasi Sistem

#### 3.6.1. Hasil pengujian sistem Login

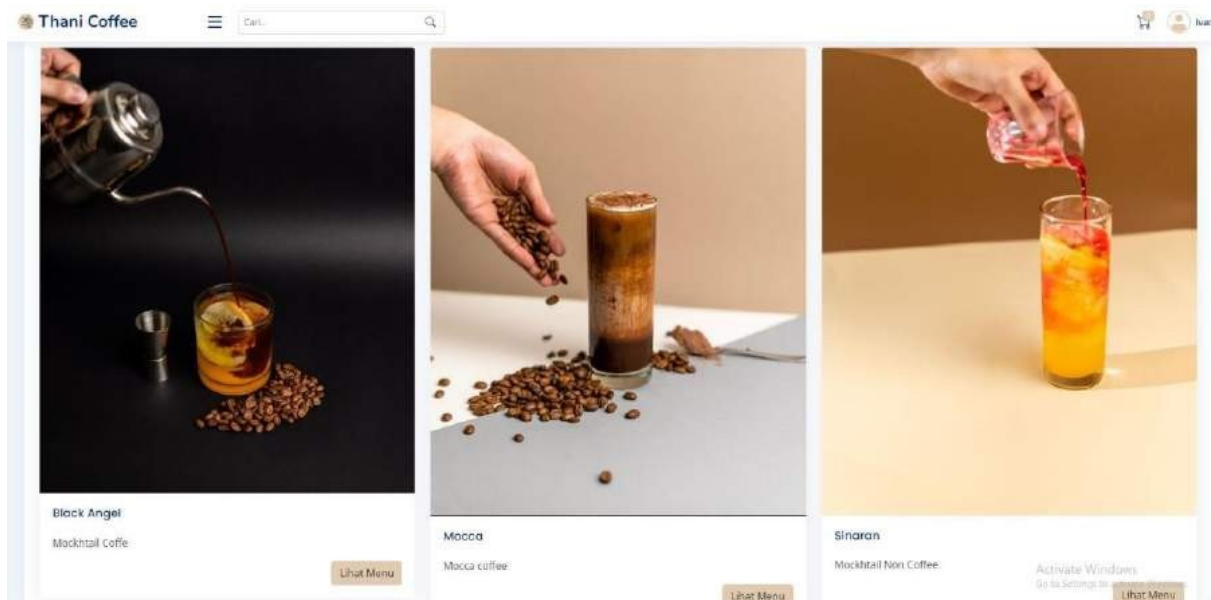
Gambar 8 merupakan tampilan layar Login pelanggan. tampilan ini adalah tampilan awal sebelum pelanggan dapat memesan atau melihat menu-menu. Jika pelanggan ingin *Login* kedalam *website* E-CRM, pelanggan wajib memasukan Nama pengguna dan juga Kata sandi dan jika belum mempunyai akun maka bisa tekan tombol belum punya akun.



Gambar 8. Tampilan Layar Login Pelanggan

### 3.6.2. Hasil pengujian sistem Menu

Pada Gambar 9 merupakan tampilan layar daftar menu yang merupakan tampilan dari pelanggan yang berisi berbagai macam menu yang tersedia.

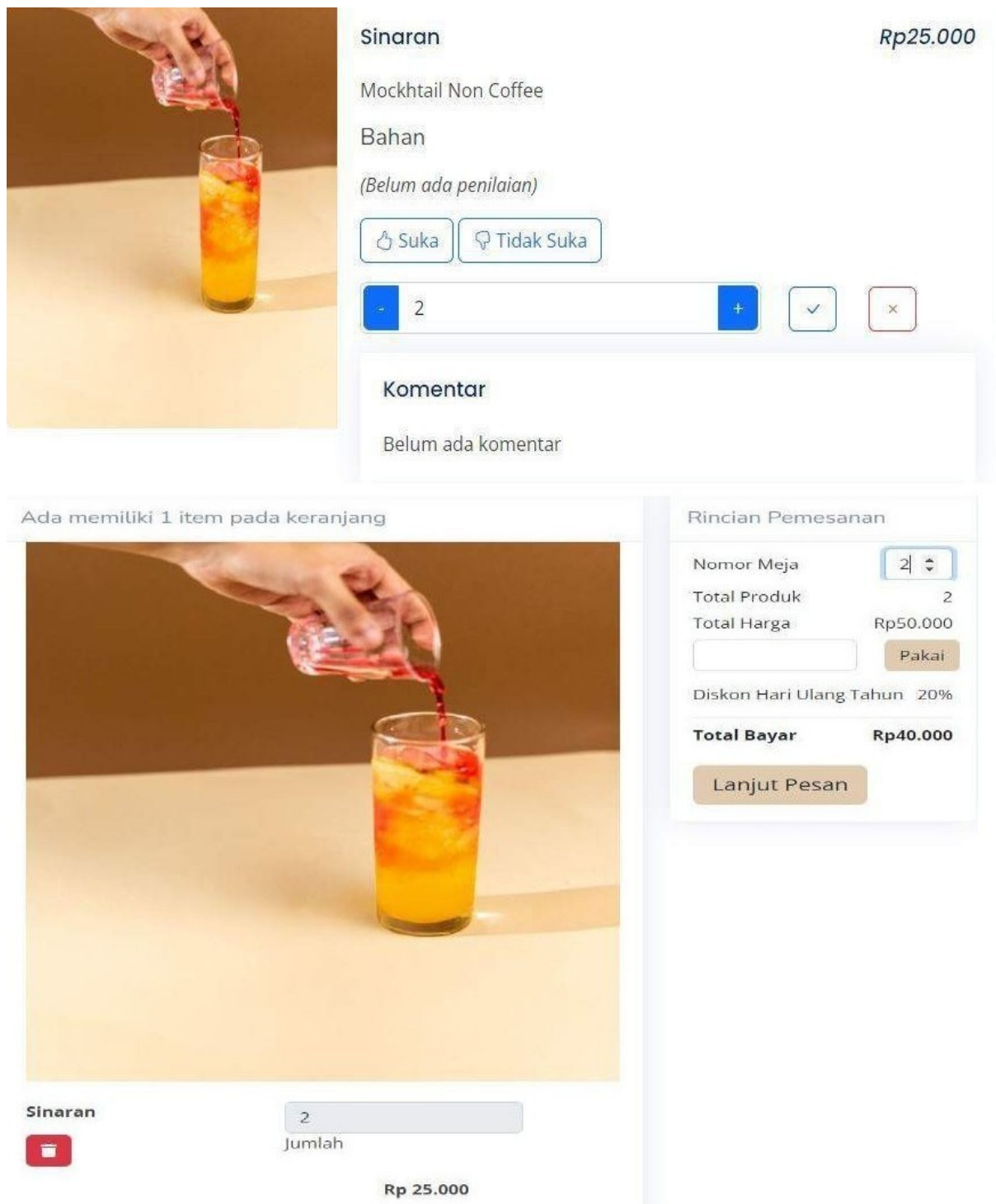


Gambar 9. Tampilan Layar Daftar Menu

### 3.6.3. Hasil Pengujian sistem Pemesanan

Pada Gambar 10 merupakan tampilan layar pemesanan menu. Ketika pelanggan ingin memesan menu, pelanggan wajib menentukan menu terlebih dahulu kemudian memasukkan jumlah pesanan yang ingin dipesan setelah memasukkan jumlah pesanan, tekan tombol centang di layar. Setelah itu pelanggan mengharuskan mengisi nomor meja di tabel. Bila telah selesai melakukan pemesanan tekan tombol lanjutkan pesan.





Gambar 10. Tampilan Layar Pemesanan Menu

#### 4. KESIMPULAN

Pembahasan hasil diskusi dengan *owner* Thani *Coffee* yaitu belum efektifnya proses bisnis yang terjadi pada Thani *Coffee* banyak faktor yang menghambat dari segi pemesanan, pelayanan, dan juga rekapitulasi hasil penjualan, maka dari itu peneliti ingin meneliti Thani *Coffee* sebagai tempat riset. Proses kerja yang dilakukan peneliti yaitu berawal dari wawancara kepada *owner* lalu observasi agar tahu apa saja yang diperlukan dan juga

dokumentasi, setelah riset dan tau apa saja yang diperlukan peneliti memutuskan untuk membuat *website* (E-CRM) dengan metode *Enhanced* dan mendapatkan hasil yang ingin peneliti dapatkan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan juga layanan kepada pelanggan Thani *Coffee* maka dapat disimpulkan yaitu dengan adanya sistem *website* E-CRM dapat membantu dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan. Dibuatkannya *website* untuk Thani *Coffee* mempermudah dalam melakukan proses bisnis yang sedang berjalan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti berterima kasih kepada pemilik Thani *Coffee* yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian tugas akhir, dan juga berterima kasih kepada barista dan juga kasir pada Thani *Coffee* yang telah memberikan banyak informasi yang Peneliti butuhkan, dan juga terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah membantu dalam pembuatan jurnal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astrid Dila Aurelia, D. Wijayanty, D. N. P. Sari, B. Z. O. Putri, and T. Puspa, "ANALISIS STRATEGI BISNIS GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA N&J *Coffee* SHOP DI TANGERANG (STUDI KASUS DR. COFFESHOP)," *Jurnal Ekonomi Trisakti*, vol. 3, no. 1, pp. 1509–1518, Feb. 2023, doi: 10.25105/jet.v3i1.15516.
- [2] E. Rahayu, W. Mariatul Kifti, and S. Royal, "ANALISIS IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SAFIRA BAKERY," 2022. [Online]. Available: <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- [3] O. R. Veronica dan Elly Mirati, O. Veronica, and R. Elly Mirati, "Analisis Implementasi Electronic Customer Relationship Management terhadap Customer Satisfaction Bank BCA (Studi pada Nasabah Bank BCA di Jakarta)," 2022.
- [4] D. Silaswara, M. M. A. Kusnawan, and M. M. E. Hernawan, "Dampak Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace di Masa Pandemi Covid 19." vol. 7, Jan. 2023
- [5] Y. P. Afivah and S. Yulina, "Rancang Bangun Sistem Informasi Berbasis Customer Relationship Management ( CRM ) Pada Heri Cafe," *ABEC Indonesia*, pp. 328–337, Jan. 2023
- [6] A. M. Ariska, N. Irawati, and A. Muhazir, "Penerapan Elektronik Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web," *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 6, no. 2, p. 1090, Apr. 2022, doi: 10.30865/mib.v6i2.4002.
- [7] S. A. Handayani and E. Asril, "SISTEM INFORMASI PENERAPAN E-CRM UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PELANGGAN DI FAMILY BOX PEKANBARU," *J-Com (Journal of Computer)*, vol. 3, no. 1, pp. 36–41, Mar. 2023, doi: 10.33330/j-com.v3i1.2171.
- [8] P. R. Siregar, N. Irawati, and I. R. Harahap, "E - CRM Penjualan Keripik Kemuning Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)," *J-Com (Journal of Computer)*, vol. 2, no. 3, pp. 195–204, Dec. 2022, doi: 10.33330/j-com.v2i3.1937.
- [9] I. M. G. Arahman Dewa, B. T. Sartana, H. Patrie, dan G. Gata, "IMPLEMENTASI RETAIN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN DI FUKKATSU RAMEN & SUSHI", *SENAFTI*, vol. 2, no. 1, hlm. 686–693, Apr 2023.
- [10] D. Perina, "PENERAPAN PLUGIN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM PENGELOLAAN BISNIS." 2022
- [11] H. Mar'atusholihah *et al.*, "Pengembangan Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaan". 2019
- [12] H. Jurnal, A. Zaqi, A. Faritsy, and I. Syaifuddin, "Pengendalian Kualitas Produk Plastik Jenis Polypropylene Menggunakan Metode Seven Tools Pada PT.Kusuma Mulia Plasindo Infitec", *JURNAL ILMIAH TEKNIK MESIN, ELEKTRO DAN KOMPUTER*. Jan. 2020
- [13] D. Ester, H. A. Bakar Sidik, and A. Anas, "PERANCANGAN SYSTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG BERBASIS VISUAL BASIC NET PADA PT. KEDAI KELONTONG MANDIRI KARAWANG," *Jurnal Komputer dan Teknologi*, pp. 9–17, Jan. 2023, doi: 10.58290/jukomtek.v1i2.29.
- [14] Q. Imanda, D. Gusman, and E. Azrialdi, "ACADEMIC SYSTEM MANAGEMENT BERBASIS WEBSITE DI SEKOLAH DASAR NEGERI 012 LANGGINI (PROGRAMMING)," *Jurnal Inovasi Teknik Informatika*, vol. 7, no. 2, Art. no. 2, 2022.
- [15] D. A. Maligomang, "Sistem Penjadwalan dan Koordinasi Kegiatan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur", *semmau*, 2022.