

**PERANCANGAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
PADA CHIRO PETSHOP DI KOTA PRABUMULIH**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH :**

**ANNISA DINI SAPUTRI**

**NPM 062130601546**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

**PALEMBANG**

**2024**

**PERANCANGAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
PADA CHIRO PETSHOP DI KOTA PRABUMULIH**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH :**

**ANNISA DINI SAPUTRI**

**NPM 062130601546**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG**

**2024**

**PERANCANGAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
PADA CHIRO PETSHOP DI KOTA PRABUMULIH**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**ANNISA DINI SAPUTRI**

**NPM 062130601546**

**Menyetujui,**

**Palembang, 2 Agustus 2024**

**Pembimbing I,**

**Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M.M  
NIP 196003271990032001**

**Pembimbing II,**

**Ummasyroh, S.E., M.Ed.M  
NIP 196106051989032002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.  
NIP 19760222202121001**

**Koordinator Program Studi  
D. III Administrasi Bisnis,**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Dini Saputri

NPM : 062130601546

Jurusan/program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Perancangan Website

Judul Laporan Akhir : Perancangan *Digital Marketing* Melalui Media Sosial  
Instagram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada  
Chiro Petshop Di Kota Prabumulih

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2 Agustus 2024

Yang membuat Pernyataan,



Annisa Dini Saputri

NPM 062130601546

## LEMBAR PENGESAHAN

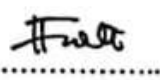
Nama : Annisa Dini Saputri  
NPM : 062130601546  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Perancangan Website  
Judul Laporan Akhir : Perancangan *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Chiro Petshop Di Kota Prabumulih

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal: 2 Agustus 2024

## TIM PENGUJI

| <u>No.</u> | <u>Nama</u>                                       | <u>Tanda Tangan</u>                                                                  | <u>Tanggal</u> |
|------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1.         | Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M.M<br>Ketua Penguji |  | 22/07/2024.    |
| 2.         | Ummasyroh, S.E., M.Ed.M<br>Anggota Penguji        |  | 22/07-24       |
| 3.         | Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M<br>Anggota Penguji     |  | 22/07-24.      |
| 4.         | Fetty Maretha, S.E., M.M<br>Anggota Penguji       |  | 22/07-24       |

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**"Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu." (HR. Muslim)**

**"Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi maka senangilah apa yang terjadi." (Ali bin Abi Thalib)**

**"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya." (QS Al-Baqarah Ayat 236)**

**Kupersembahkan Kepada:**

- **Kedua orang tua tercinta;  
Ayah Edi Apriadi dan  
Ibu Marwiyah**
- **Keluarga serta sahabat-  
sahabat terbaikku**
- **Teman-teman kelas 6NF  
2023**
- **Dosen Pembimbing**
- **Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga laporan akhir saya dapat terselesaikan. Laporan akhir ini berjudul “Perancangan *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Chiro Petshop di Kota Prabumulih”.

Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana merancang *content* media sosial instagram sebagai media promosi pada Toko Chiro Petshop di Kota Prabumulih yang sebelumnya masih menggunakan promosi dengan cara *offline* yaitu dari mulut ke mulut dan hanya memasang banner didepan tokonya saja. Sehingga nantinya dapat membantu Toko Chiro Petshop dalam merancang promosi dengan menggunakan media sosial Instagram.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Aamiin.

Palembang,      Agustus 2024  
Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantudalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Beny Bandanadjaja, S.T., M.T., selaku plt Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M., selaku Pembimbing I di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed.M., selaku Pembimbing II di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Rita Fatma selaku Pemilik dan Pimpinan Chiro Petshop Prabumulih yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi narasumber dalam proses wawancara yang penulis lakukan.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua Orang tua tercinta, Bapak Edi Apriadi dan Ibu Marwiyah sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepada penulis serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan

9. moral dan material serta mendoakan penulis selama menempuh pendidikan.
10. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6 NF angkatan 2021 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini Khususnya yaitu untuk Nadiya Rahmawati, Putri Sari Marlika, Nurul Aprillia yang sudah membantu dan mendukung serta mendengarkan keluhan kesah penulis selama proses penyusunan Laporan Akhir.
12. Terima kasih untuk Annisa Dini Saputri, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan Laporan Akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri,

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Aaamiin

Palembang, Agustus 2024

Penulis

## ABSTRAK

Perancangan *Digital Marketing* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Chiro Petshop ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan *digital marketing* pada media sosial instagram agar dapat meningkatkan volume penjualan. Media sosial instagram merupakan *platform* sosial yang dapat menjadi wadah dan sarana komunikasi untuk dapat mempromosikan dan mempublikasikan produk dengan berbagai fitur yang ada pada instagram. Sebelumnya Toko Chiro Petshop menggunakan promosi dengan cara *offline* yaitu dari mulut ke mulut dan hanya memasang *banner* didepan tokonya saja, adapun perancangan *digital marketing* melalui instagram terdiri dari tiga tahap yaitu: pengumpulan data informasi dilakukan dengan metode literatur, observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian penentuan dan perancangan konten instagram dilakukan dengan metode lain menggunakan teknik analisis 5W+1H, serta publikasi konten yang telah dirancang melalui instagram sehingga didapatkan hasil dari perancangan *digital marketing* ini mencakup berbagai jenis konten instagram seperti postingan *feeds*, video, dan instagram story. Jenis konten orisinal yang berisi informasi dan edukasi yang diunggah melalui *feeds* merupakan jenis konten yang paling diminati oleh pengguna aktif instagram Chiro Petshop. Rancangan pemasaran *digital* melalui instagram untuk Chiro Petshop diharapkan dapat terus aktif dengan lebih banyak postingan konten untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta dapat membuat dan mendaftarkan toko Chiro Petshop pada *platform* atau aplikasi penjualan online lainnya untuk memudahkan konsumen dalam membeli produk yang diinginkan.

*Kata Kunci: Perancangan, Digital Marketing, Instagram, Penjualan, Promosi*

## **ABSTRACT**

*Digital marketing design via Instagram Social Media to Increase Sales Volume at Chiro Petshop aims to produce a digital marketing design on Instagram social media in order to increase sales volume. Instagram social media is a social platform that can be a forum and means of communication to promote and publish products with various features on Instagram. Previously, the Chiro Petshop shop used offline promotions, namely word of mouth, and only put up banners in front of the shop. The design of this digital marketing via Instagram consisted of three stages, namely: collecting information data using literature methods, observation, interviews, and documentation, then determining and designing Instagram content using other methods using the 5W+1H analysis technique, as well as publishing content that has been designed via Instagram so that the results obtained from this digital marketing design include various types of Instagram content such as post feeds, videos, and Instagram stories. This type of original content containing information and education uploaded via feeds is the type of content that is most popular with active Chiro Petshop Instagram users. It is hoped that the digital marketing plan via Instagram for Chiro Petshop will continue to be active with more content posts to reach a wider market, as well as being able to create and register Chiro Petshop stores on other online sales platforms or applications to make it easier for consumers to buy the products they want.*

*Keywords: Design, Digital Marketing, Instagram, Sales, Promotion*

## DAFTAR ISI

|                                          | <b>Halaman:</b> |
|------------------------------------------|-----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>               | <b>i</b>        |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>          | <b>ii</b>       |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>           | <b>iii</b>      |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>  | <b>vi</b>       |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>        | <b>v</b>        |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>               | <b>vi</b>       |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>         | <b>vii</b>      |
| <b>ABSTRAK .....</b>                     | <b>ix</b>       |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                   | <b>xi</b>       |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                | <b>xiv</b>      |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                | <b>xv</b>       |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>             | <b>xvii</b>     |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>           | <b>1</b>        |
| 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul ..... | 1               |
| 1.2 Perumusan Masalah .....              | 6               |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....        | 6               |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....  | 6               |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian .....            | 6               |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian .....           | 7               |
| 1.5 Metodologi Penelitian .....          | 7               |
| 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....     | 7               |
| 1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....         | 7               |
| 1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....       | 9               |
| 1.5.4 Analisa Data.....                  | 10              |

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                | <b>12</b> |
| 2.1 Perancangan .....                                              | 12        |
| 2.2 <i>Digital Marketing</i> .....                                 | 12        |
| 2.3 Media Sosial.....                                              | 12        |
| 2.3.1 Pemasaran Media Sosial .....                                 | 14        |
| 2.4 Instagram.....                                                 | 15        |
| 2.4.1 Fitur-Fitur Instagram.....                                   | 16        |
| 2.5 Volume Penjualan .....                                         | 17        |
| <b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>                       | <b>19</b> |
| 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....                               | 19        |
| 3.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan .....                           | 20        |
| 3.2.1 Visi Perusahaan.....                                         | 20        |
| 3.2.2 Misi Perusahaan .....                                        | 20        |
| 3.2.3 Logo/Moto Perusahaan .....                                   | 21        |
| 3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....                  | 22        |
| 3.3.1 Struktur Organisasi .....                                    | 22        |
| 3.3.2 Pembagian Tugas .....                                        | 22        |
| 3.4 Produk-produk yang ditawarkan.....                             | 24        |
| 3.5 Omset Penjualan Chiro Petshop.....                             | 28        |
| 3.6 Kondisi Pemasaran Toko Chiro Petshop Kota Prabumulih.....      | 29        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                           | <b>30</b> |
| 4.1 Hasil .....                                                    | 30        |
| 4.1.1 Pembuatan Akun Media Sosial Instagram .....                  | 31        |
| 4.1.2 Perancangan Desain <i>Feed</i> Instagram Chiro Petshop ..... | 35        |
| 4.1.3 Perancangan Desain Konten <i>Instastory</i> Instagram .....  | 42        |
| 4.1.4 Postingan Video <i>Reels</i> Instagram .....                 | 46        |
| 4.1.5 Aplikasi Pendukung Pembuatan Desain Pada Instagram .....     | 49        |
| 4.2 Pembahasan.....                                                | 51        |
| 4.2.1 Evaluasi Hasil Rancangan/ <i>Insight</i> Instagram .....     | 51        |

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.1.1 Akun yang dijangkau.....                      | 51        |
| 4.2.1.2 Akun Yang Berinteraksi .....                  | 54        |
| 4.2.1.3 Total Pengikut dan Postingan.....             | 56        |
| 4.2.1.4 Interaksi pengguna Instagram (Konsumen) ..... | 57        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>               | <b>60</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                  | 60        |
| 5.2 Saran .....                                       | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                            | <b>61</b> |

## DAFTAR TABEL

### Halaman:

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Penjualan Chiro Petshop tahun 2021-2023 .....         | 2  |
| Tabel 3. 1 Daftar Harga Produk Chiro Petshop Kota Prabumulih.....     | 24 |
| Tabel 3. 2 Omset Penjualan Chiro Petshop.....                         | 28 |
| Tabel 4. 1 Konten <i>Instastory</i> Instagram Toko Chiro Petshop..... | 43 |
| Tabel 4. 2 Peningkatan Omset Penjualan Toko Chiro .....               | 59 |

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman:

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Pengguna Instagram yang paling banyak di dunia.....             | 4  |
| Gambar 1. 2 Daftar Pengguna <i>Platform</i> Media Sosial di Indonesia ..... | 5  |
| Gambar 1. 3 Alur Perancangan Pemasaran Media Sosial Instagram.....          | 11 |
| Gambar 3. 1 Toko Chiro Petshop.....                                         | 20 |
| Gambar 3. 2 Logo Chiro Petshop Prabumulih .....                             | 21 |
| Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Chiro Petshop .....                         | 22 |
| Gambar 3. 4 Banner Toko Chiro Petshop .....                                 | 29 |
| Gambar 4. 1 Unduh Aplikasi Instagram Pada <i>Playstore</i> .....            | 33 |
| Gambar 4. 2 Pilihan Untuk Login Instagram .....                             | 33 |
| Gambar 4. 3 Masukan Nomor atau Email.....                                   | 34 |
| Gambar 4. 4 Masukan Nama dan Kata Sandi .....                               | 34 |
| Gambar 4. 5 Selamat Datang di Instagram .....                               | 35 |
| Gambar 4. 6 Mengganti Foto Profil Instagram .....                           | 35 |
| Gambar 4. 7 Foto Profil Instagram .....                                     | 36 |
| Gambar 4. 8 Postingan <i>Feeds</i> Instagram ke satu .....                  | 36 |
| Gambar 4. 9 Postingan <i>Feeds</i> Instagram kedua dan ketiga .....         | 37 |
| Gambar 4. 10 Postingan <i>Feeds</i> Instagram keempat dan kelima .....      | 38 |
| Gambar 4. 11 Postingan <i>Feeds</i> Instagram keenam dan ketujuh .....      | 38 |
| Gambar 4. 12 Aplikasi Canva .....                                           | 39 |
| Gambar 4. 13 Aplikasi Canva .....                                           | 39 |
| Gambar 4. 14 Aplikasi Canva .....                                           | 40 |
| Gambar 4. 15 Aplikasi Canva .....                                           | 40 |
| Gambar 4. 16 Aplikasi Canva .....                                           | 41 |
| Gambar 4. 17 Aplikasi Canva .....                                           | 41 |
| Gambar 4. 18 Aplikasi Canva .....                                           | 42 |
| Gambar 4. 19 Aplikasi Canva .....                                           | 42 |
| Gambar 4. 20 Aplikasi Canva .....                                           | 45 |
| Gambar 4. 21 Aplikasi Canva .....                                           | 45 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 22 Aplikasi Canva .....                         | 46 |
| Gambar 4. 23 Aplikasi Canva .....                         | 46 |
| Gambar 4. 24 Aplikasi Canva .....                         | 46 |
| Gambar 4. 25 Postingan Konten <i>Reels</i> Instagram..... | 47 |
| Gambar 4. 26 Design Konten <i>Reels</i> Instagram .....   | 48 |
| Gambar 4. 27 Pilih Konten <i>Reels</i> Instagram .....    | 49 |
| Gambar 4. 28 Konten <i>Design Reels</i> Instagram .....   | 49 |
| Gambar 4. 29 Logo Aplikasi Canva.....                     | 50 |
| Gambar 4. 30 Logo Aplikasi Capcut.....                    | 51 |
| Gambar 4. 31 Akun yang dijangkau .....                    | 52 |
| Gambar 4. 32 Jangkauan Kota .....                         | 53 |
| Gambar 4. 33 Jangkauan Negara .....                       | 54 |
| Gambar 4. 34 Rentang Usia .....                           | 54 |
| Gambar 4. 35 Jangkauan Jenis Kelamin .....                | 55 |
| Gambar 4. 36 Interaksi Konten .....                       | 56 |
| Gambar 4. 37 Komentar Pengguna Aktif Instagram.....       | 56 |
| Gambar 4. 38 Kunjungan Profil Interaksi Postingan .....   | 57 |
| Gambar 4. 39 Akun Instagram Toko Chiro Petshop.....       | 58 |
| Gambar 4. 40 Interaksi Pengguna Konsumen Instagram.....   | 59 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
4. Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
5. Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa
9. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Revisi Laporan Akhir
11. Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
12. Hasil Wawancara Pengambilan Data dengan Pemilik Chiro Petshop  
Prabumulih
13. Lembar Surat Pernyataan Kepemilikan Usaha
14. Hasil Dokumentasi