

## ABSTRAK

Persaingan bisnis furnitur di era digital menghadapi tantangan unik dalam promosi, yaitu ketidakmampuan media 2D (foto) untuk menyajikan visualisasi skala dan proporsi produk secara akurat. Keterbatasan ini menimbulkan keraguan visual (*customer hesitation*) dan beban kognitif pada pelanggan, yang menghambat keputusan pembelian. Studi kasus pada Toko Samudra Putra Furniture menunjukkan bahwa promosi yang masih konvensional gagal mengatasi masalah ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun media promosi interaktif berbasis *Augmented Reality* (AR) sebagai solusi untuk memberikan pengalaman 'mencoba sebelum membeli' (*try-before-you-buy*) secara virtual. Metodologi pengembangan sistem mencakup perancangan antarmuka *backend* (Admin) untuk manajemen produk (CRUD) dan *frontend* (User) untuk katalog produk serta visualisasi AR. Pengujian sistem menggunakan metode *Black Box Testing*, yang mencakup Pengujian Fungsional, Pengujian Kualitas AR, dan Pengujian Penerimaan Pengguna (UAT). Hasil penelitian menunjukkan sistem berhasil dibangun dengan 100% fungsionalitas berjalan "Sesuai" berdasarkan [Jumlah] skenario Pengujian Fungsional. Fungsionalitas inti AR terbukti berhasil memproyeksikan model 3D secara stabil dan interaktif, di lingkungan pengguna. Hasil UAT menunjukkan sistem "Diterima" dengan baik oleh pihak toko untuk mengelola produk dan oleh calon pelanggan untuk membantu proses visualisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi AR adalah solusi yang fungsional dan valid untuk mengatasi masalah visualisasi media 2D, serta berpotensi meningkatkan keyakinan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian furnitur secara daring.

**Kata Kunci:** *Augmented Reality* (AR), Media Promosi Interaktif, Visualisasi 3D, *Black Box Testing*, UMKM, Furnitur, Toko Samudra Putra