

Pemberdayaan UMKM Takoyaki: Pemanfaatan Augmented Reality (AR) Untuk Katalog Produk Interaktif Dan Pemasaran Digital

Muhammad Basri¹, Kasmaida², Wahyuddin³

Program Studi: Teknik Elektro¹, Teknik Sipil², Teknik Informatika³,

Universitas Muhammadiyah Parepare

Jl.Jend Ahmad Yani KM.6 Kota Parepare, Sulawesi Selatan, Indonesia

Korespondensi: muhbasri7375@gmail.com

Received: 27 June 2025: Accepted: 30 June 2025

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang menghadapi kendala dalam pemasaran digital dan promosi produk. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya strategi pemasaran inovatif yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pelanggan. UMKM Takoyaki sebagai salah satu usaha kuliner khas Jepang di Indonesia mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas akibat terbatasnya penggunaan teknologi digital dalam promosi. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Takoyaki melalui pemanfaatan teknologi Augmented Reality (AR) dalam bentuk katalog produk interaktif yang memungkinkan pelanggan melihat tampilan virtual produk sebelum melakukan pembelian. Dengan implementasi AR, pelanggan dapat mengakses informasi produk secara lebih menarik dan interaktif melalui pemindaian QR code. Selain itu, program ini juga mencakup pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dan strategi promosi berbasis teknologi. Metode pelaksanaan program ini mencakup sosialisasi, pengembangan aplikasi AR, uji coba katalog interaktif, serta evaluasi dan pendampingan. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM tentang pemasaran digital, meningkatnya engagement pelanggan terhadap produk, serta peningkatan volume penjualan berkat pengalaman belanja yang lebih interaktif. Dengan penerapan teknologi AR, UMKM Takoyaki dapat lebih kompetitif di era digital dan memperluas jangkauan pasarnya.

Kata Kunci: *UMKM, Takoyaki, Augmented Reality, Pemasaran Digital, Katalog Interaktif.*

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 6, No. 2, Juni 2025

A. PENDAHULUAN

UMKM Takoyaki Parepare, merupakan usaha penjualan makanan siap saji yang berlokasi di lapadde kota Parepare, Sulawesi Selatan, berkomitmen untuk meningkatkan pendapatan penjualan secara modern. Pada UMKM Takoyaki untuk analisis situasi dan permasalahan mitra. Berikut adalah gambaran umum tentang UMKM Takoyaki:

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor kuliner yang berkembang pesat adalah bisnis makanan ringan berbasis camilan Jepang, seperti takoyaki. UMKM takoyaki semakin diminati karena rasanya yang khas dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Namun, persaingan yang semakin ketat menuntut inovasi dalam pemasaran agar produk dapat lebih dikenal dan menarik perhatian konsumen.

Dalam era digital, pemanfaatan teknologi menjadi kunci keberhasilan bisnis, termasuk bagi UMKM. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan adalah Augmented Reality (AR), yang memungkinkan konsumen untuk berinteraksi dengan produk secara virtual sebelum melakukan pembelian. Teknologi AR dalam katalog produk interaktif dapat memberikan pengalaman visual yang menarik, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat strategi pemasaran digital.

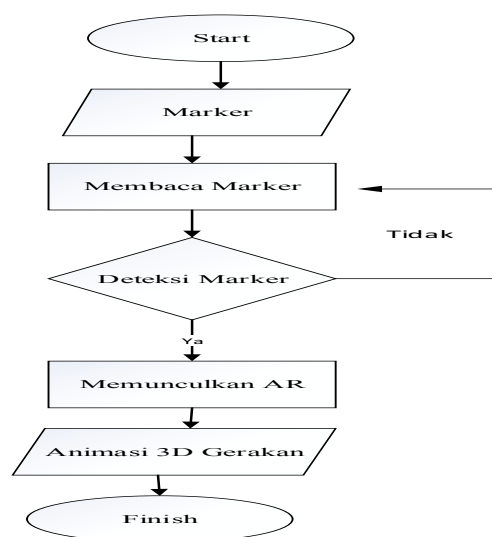
Melalui program Pemberdayaan UMKM Takoyaki dengan pemanfaatan Augmented Reality (AR), diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar digital. Dengan adanya katalog produk interaktif berbasis AR, konsumen dapat melihat tampilan produk secara lebih nyata, mengeksplorasi detail produk, serta mendapatkan informasi yang lebih komprehensif sebelum membeli. Selain itu, pemasaran digital berbasis AR juga dapat meningkatkan engagement pelanggan, membangun loyalitas, serta memperluas jangkauan pasar UMKM takoyaki.

Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM takoyaki dalam mengadopsi teknologi AR sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Dengan adanya inovasi ini, diharapkan UMKM takoyaki dapat lebih berkembang, meningkatkan omzet penjualan, dan memperkuat posisi mereka dalam industri kuliner di Indonesia.

B. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, metode yang digunakan adalah kombinasi dari Difusi Ipteks, Pelatihan, dan Advokasi, yaitu:

1. Difusi Ipteks. Kegiatan ini menghasilkan produk berupa aplikasi *AR Katalog* bagi pare takoyaki, yaitu Pare Takoyaki. Aplikasi *AR Katalog* ini akan dikembangkan oleh tim pengabdian masyarakat dengan menyesuaikan kebutuhan dan karakteristik Pare Takoyaki.
2. Pelatihan. Kegiatan pelatihan akan dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemilik dan karyawan Pare Takoyaki dalam menggunakan dan mengelola aplikasi *AR Katalog* yang telah dikembangkan. Pelatihan akan disertai dengan demonstrasi dan contoh-contoh praktis agar peserta dapat memahami secara mendalam tentang penggunaan aplikasi *AR Katalog* untuk memasarkan dan menjual produk secara *online*.
3. Advokasi. Tim pengabdian masyarakat akan memberikan pendampingan kepada Pare Takoyaki dalam implementasi aplikasi *AR Katalog*. Pendampingan ini meliputi konsultasi, evaluasi, dan pemberian saran perbaikan untuk memastikan aplikasi *AR Katalog* berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan bisnis Pare Takoyaki.

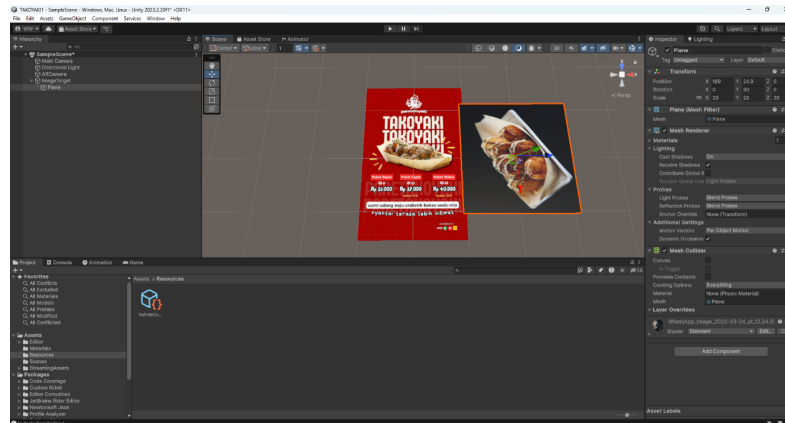


Gambar 1. Desain Sistem

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

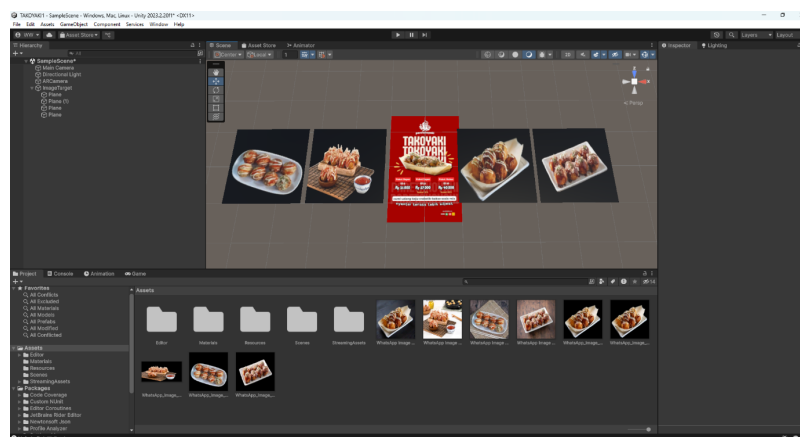
Volume. 6, No. 2, Juni 2025

C. HASIL DAN PEMBAHASAN



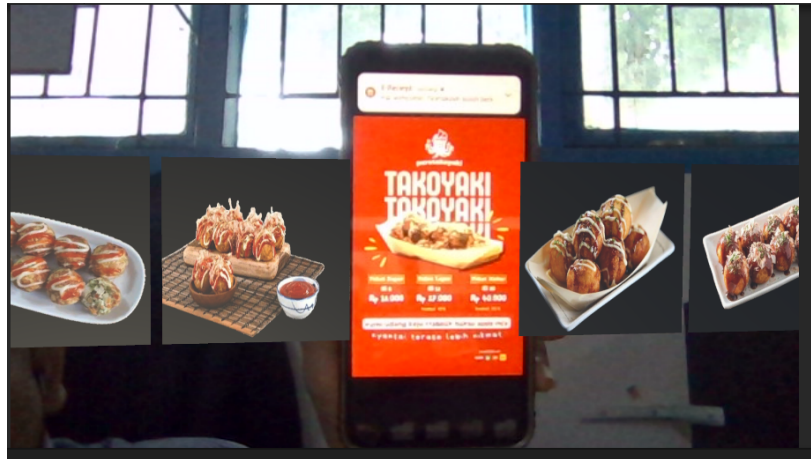
Gambar 2. Tampilan Kelola Produk

Pada Gambar 1. Memungkinkan Pare Takoyaki untuk mengelola katalog produk mereka, seperti menambahkan, mengubah, atau menghapus produk. Pelanggan dapat melihat daftar produk yang tersedia, kategori, stok, dan harga.



Gambar 3. Tampilan produk pada aplikasi unity

Pada Gambar 2. Menunjukkan fitur "unity" yang menyediakan berbagai tools penting bagi aplikasi ar katalog ini.



Gambar 4. Tampilan AR Katalog

Pada Gambar 3. Terdapat "AR Katalog" yang memungkinkan para pembeli ketika ingin mengetahui isi dari pare takoyaki tersebut.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan *AR Katalog* dapat meningkatkan daya saing UKM. Dengan adanya aplikasi *AR Katalog* yang dikembangkan untuk Pare Takoyaki memiliki beberapa fitur utama, seperti katalog produk, tampilan 3d takoyaki beserta daftar produk takoyaki. Fitur-fitur tersebut memungkinkan Pare Takoyaki untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar melalui saluran online. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan, yaitu membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pembuatan aplikasi *AR Katalog*. Selain itu, kegiatan pelatihan yang diberikan kepada pemilik dan karyawan Pare Takoyaki memastikan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan dan mengelola aplikasi *AR Katalog* secara efektif. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan, yaitu membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pembuatan aplikasi *AR Katalog*.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pemberdayaan UMKM Takoyaki: Pemanfaatan Augmented Reality (AR) untuk Katalog Produk Interaktif dan Pemasaran Digital ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui teknologi digital yang inovatif. Dengan penerapan AR, pelanggan dapat berinteraksi secara virtual dengan produk sebelum melakukan pembelian, sehingga

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 6, No. 2, Juni 2025

meningkatkan pengalaman belanja yang lebih menarik dan informatif. Melalui serangkaian kegiatan seperti sosialisasi, pelatihan pemasaran digital, pengembangan katalog interaktif berbasis AR, serta evaluasi dan pendampingan, program ini berhasil memberikan solusi bagi UMKM dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa implementasi AR tidak hanya meningkatkan keterlibatan pelanggan, tetapi juga berdampak positif pada peningkatan penjualan dan brand awareness UMKM Takoyaki. Dengan keberlanjutan program ini, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital dan memperluas jangkauan pasarnya. Diharapkan, pemanfaatan teknologi AR dalam pemasaran UMKM dapat menjadi model yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha lainnya untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Adapun saran sebagai berikut:

1. UMKM diharapkan terus mengembangkan dan memperbarui fitur katalog interaktif berbasis AR untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.
2. Menambahkan fitur pemesanan dan pembayaran langsung melalui aplikasi berbasis AR agar lebih praktis bagi konsumen.
3. UMKM perlu memanfaatkan media sosial secara maksimal dengan strategi pemasaran berbasis konten kreatif dan interaktif.
4. Menerapkan teknik SEO dan iklan digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.
5. Perlu adanya pendampingan lanjutan untuk memastikan pemilik UMKM dapat secara mandiri mengelola dan mengembangkan teknologi ini.
6. Mengadakan pelatihan berkelanjutan agar UMKM selalu update dengan perkembangan teknologi pemasaran digital.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Parepare, Fakultas Teknik, dan RisetMU yang telah memberikan dukungan finansial terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan tersebut sangat membantu dalam proses pengembangan aplikasi *Ar Katalog* dan implementasinya pada Pare Takoyaki.

Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 6, No. 2, Juni 2025

F. DAFTAR PUSTAKA

- ASIH, N. (2024). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset. Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Parepare (Doctoral dissertation, IAIN ParePare).
- Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, R. I. (2021). Penerapan teknologi augmented reality katalog perumahan sebagai media pemasaran pada PT. San Esha Arthamas. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 62-71.
- Pratama, E. (2022). *Media Pembelajaran Perguruan Seni Beladiri Tapak Suci Menggunakan Augmented Reality (AR)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Putra, R. U., Wahyuddin, W., Muhammad, B., Masnur, M., & Nurhaedah, N. (2025). Sistem Informasi Penyebaran dan Penerapan Bersertifikasi Halal bagi UMKM di Kota Parepare. *Jurnal Janitra Informatika dan Sistem Informasi*, 5(1), 61-68.
- Muslimin, A. F., Wahyuddin, W., & Nugraha, W. A. (2024). Membuat Game Virtual Reality Kota Parepare. *Jurnal Sintaks Logika*, 4(3), 1-12.
- Setiyanto, S., & Dawis, A. M. (2024). UMKM Go Digital: Optimalisasi Teknologi Multimedia dalam Meningkatkan Kompetensi Pemasaran Digital UMKM di Era 4.0. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 7(1), 56-66.
- Sucipto, A., Adrian, Q. J., & Kencono, M. A. (2021). Martial art augmented reality book (arbook) sebagai media pembelajaran seni beladiri nusantara pencak silat. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 10(1), 40-45.
- Wahrini, R., & Hasbi, H. (2024). PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING BERBASIS WEBSITE UNTUK PETERNAK AYAM DI KOTA PAREPARE. *PENA DIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Wahyuddin, W., Hasnawati, H., Amin, R., & Ferdiansyah, F. (2024). PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA PARE TAKOYAKI MELALUI PEMBUATAN APLIKASI E-COMMERCE. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3),



Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 6, No. 2, Juni 2025

5859-5862.

Wahyuddin, W., & Hasnawati, H. (2023). Aplikasi Media Pembelajaran Pengenalan Pancasila Menggunakan Augmented Reality. *Jurnal Sintaks Logika*, 3(3), 8-15.

Wahyuddin, W., Alam, S., & Said, I. R. (2021). E-COMMERCE BUMBU MASAKAN KELOMPOK TANI KWT (KELOMPOK WANITA TANI) SETIA DESA PAKKODI KAB. ENREKANG. *Jurnal Sintaks Logika*, 1(3), 209-214.