

Daya Terima Konsumen Pada Inovasi Dressing Salad Berbasis Buah Semangka

1st Siti Nurhayati Syahilla
Program Studi D3 Perhotelan
Telkom University
Bandung Indonesia
Sitinurhayatisyahilla12@gmail.com

2nd Dendi Gusnadi
Program Studi D3 Perhotelan
Telkom University
Bandung Indonesia
dendigusnadi@telkomuniversity.ac.i

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi dressing salad berbasis buah semangka sebagai upaya mengurangi *fruit waste* dalam industri kuliner. Formulasi menggunakan bahan utama buah semangka dengan tambahan cuka apel, madu, daun ketumbar, bawang putih, jeruk nipis, dan garam. Dua varian diuji, yaitu dengan 400 gram dan 600 gram semangka. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan eksperimental melalui uji organoleptik kepada 32 responden yang terdiri dari akademisi, praktisi kuliner, dan konsumen umum. Hasil menunjukkan bahwa varian B (600 gram semangka) lebih disukai dari segi rasa, tekstur, warna, dan penampilan fisik. Mayoritas panelis memberikan skor tinggi pada aspek kesegaran rasa, aroma harum, dan tekstur cair yang seimbang. Temuan ini membuktikan bahwa produk dressing semangka tidak hanya berpotensi sebagai inovasi kuliner, tetapi juga sebagai solusi pengolahan bahan sisa yang ramah lingkungan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi dapur hotel dan restoran untuk memanfaatkan sisa buah secara kreatif. Penelitian ini tidak hanya menggali formulasi dressing vinaigrette berbasis buah semangka, tetapi juga menjawab dan memberi solusi untuk masalah *fruitwaste* yang sering terjadi di industri perhotelan. Hasil penelitian uji organoleptik yang dilakukan pada 32 peserta, menunjukkan bahwa varian B (menggunakan 600G buah semangka) lebih digemari oleh mayoritas responden (56,3%). Penelitian dapat lebih memperluas inovasi dengan kombinasi buah lainnya dan dianjurkan untuk menguji respons pasar yang lebih luas di luar lingkungan akademik. **Kata kunci**— *fruit waste*, vinaigrette, semangka, salad, inovasi produk, daya terima konsumen.

secara optimal. Banyak dari bagian buah, seperti potongan yang sudah tidak menarik secara visual, bagian yang tidak sempurna, atau sisa potongan yang seharusnya masih bisa diolah, akhirnya dibuang tanpa pemanfaatan lebih lanjut. Menurut data dari FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), sekitar 30 persen buah-buahan terbuang setelah proses pengolahan (Lucarini, 2021), yang menunjukkan tingginya potensi pemborosan ini.

Inovasi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam mengurangi pemborosan makanan dengan cara yang kreatif dan fungsional. Selain itu, produk dressing semangka ini juga membuka kemungkinan lebih luas dalam pemanfaatan buah lainnya yang sering menjadi limbah di dapur hotel dan restoran. Misalnya, melon, nanas, pepaya, atau buah tropis lainnya yang sering dibuang karena tampilannya sudah tidak prima lagi. Dengan demikian, konsep inovasi ini bukan hanya terbatas pada semangka, melainkan dapat menjadi awal dari rangkaian eksplorasi produk turunan dari limbah buah yang sebelumnya tidak dianggap memiliki nilai pakai.

Urgensi dari penelitian ini semakin menguat karena adanya kesadaran global mengenai pentingnya pengelolaan limbah makanan. Industri kuliner dituntut untuk tidak hanya fokus pada penyajian makanan yang lezat dan estetik, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan. Pemanfaatan bahan baku yang tidak terpakai, khususnya dari buah-buahan, dapat mengurangi beban lingkungan dan menciptakan nilai tambah baru. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi industri perhotelan dan restoran dalam mengembangkan menu yang ramah lingkungan tanpa mengurangi kualitas dan cita rasa.

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai food innovation dan sustainability dalam bidang kuliner. Penelitian ini juga dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa, chef, dan pelaku industri makanan lainnya untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk baru berbasis bahan sisa yang sebelumnya dianggap limbah. Adapun secara praktis, penelitian ini memberikan alternatif solusi yang dapat langsung diimplementasikan oleh dapur profesional dalam mengelola limbah buah yang masih layak konsumsi. Dengan demikian, penelitian berjudul “Daya Terima Konsumen Pada Inovasi Salad Berbasis Dressing Buah Semangka” ini tidak hanya relevan secara ilmiah, tetapi juga membawa dampak nyata bagi praktik kuliner yang lebih berkelanjutan dan efisien di masa depan.

I.

ENDAHULUAN

Fenomena food waste atau pemborosan makanan merupakan salah satu isu signifikan yang dihadapi oleh industri kuliner, termasuk sektor perhotelan. Melalui proses observasi yang dilakukan peneliti di lingkungan hotel, terlihat jelas bahwa pemborosan ini terjadi secara sistematis, salah satunya melalui pembuangan sisa-sisa makanan yang sebenarnya masih dapat dimanfaatkan. Salah satu jenis food waste yang paling sering ditemukan adalah limbah buah atau *fruit waste*. Hidangan buah sangat umum disajikan dalam berbagai kesempatan, baik pada buffet sarapan, acara jamuan, maupun konsumsi harian di restoran hotel. Namun, sayangnya tidak semua bagian dari buah tersebut digunakan

P

II.

AJIAN TEORI

A.

idangan Pembuka dan Salad dalam Industri Kuliner

Hidangan pembuka merupakan sajian berukuran kecil yang berfungsi untuk merangsang selera makan, sebagaimana dijelaskan oleh Hilmi & Sulistiawikarsih (2021) dalam Hapsara (2025). Sejarahanya telah ada sejak zaman Yunani kuno dengan istilah “meze” yang berarti makanan kecil. Hidangan pembuka dapat dikategorikan menjadi dua jenis berdasarkan suhu penyajiannya, yaitu cold appetizer dan hot appetizer. Cold appetizer, seperti salad, disajikan dalam suhu 10°C–15°C tanpa proses masak (Wigati, 2021), sedangkan hot appetizer seperti hummus dan croquette disajikan panas pada suhu sekitar 50°C–60°C. Salad sendiri berasal dari istilah Latin *Herba Salata*, yang berarti sayuran yang diberi garam (Anjani & Juwaedah, 2016). Komposisi salad terdiri dari underliner berupa daun hijau segar, body sebagai bahan utama, dressing sebagai penentu rasa, dan garnish sebagai hiasan (Ekawatiningsih, 2008 dalam Anjani & Juwaedah, 2025).

B.

novasi Dressing Vinaigrette Berbasis Buah Semangka

Dressing atau saus salad berperan penting dalam menentukan cita rasa keseluruhan. Salah satu jenis dressing yang banyak digunakan adalah vinaigrette, yaitu saus berbasis minyak dan cuka. Inovasi pada penelitian ini terletak pada penggunaan buah semangka sebagai bahan utama vinaigrette. Dengan kandungan air sebesar 91%–92%, semangka memberikan tekstur cair yang sesuai untuk dressing. Cuka apel ditambahkan untuk memberikan rasa masam yang lembut (Atro, Periadnadi, & Nurmiati, 2015), semangka sebagai pemberi rasa fruity (Farida et al., 2022 dalam Ghoiri & Sugiharto, 2025), madu untuk keseimbangan rasa (Al Fady, 2015), daun ketumbar untuk aroma segar (Hijriah & Filianty, 2022), bawang putih untuk memperkuat cita rasa (Agnesa et al., 2017 dalam Sulistyorini, 2025), jeruk nipis untuk tambahan rasa asam segar (Assalam & Gozali, 2023), serta garam sebagai penyatu rasa (Santoso, Karim, et al., 2023e dalam Manurung, 2025).

III.

ETODE

A.

bjek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah produk dressing vinaigrette berbasis buah semangka yang merupakan inovasi baru untuk pelengkap berbagai macam salad. Adapun subjek penelitian adalah daya terima konsumen terhadap produk tersebut. Sebanyak 32 responden yang terdiri dari dosen dan mahasiswa jurusan Perhotelan Telkom University dilibatkan untuk mencicipi dan menilai berbagai formulasi produk guna mengetahui resep mana yang paling disukai dan dianggap paling layak secara sensoris. Pemilihan subjek didasarkan pada kemudahan akses oleh peneliti serta relevansi partisipan terhadap dunia kuliner.

B.

esain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan eksperimental. Metode eksperimental digunakan untuk

K

C.

opulasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen potensial produk dressing vinaigrette berbasis buah semangka, khususnya yang aktif di industri kuliner dan pendidikan perhotelan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *cluster sampling* karena mempertimbangkan keterjangkauan subjek. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah partisipan yang ideal. Peneliti melibatkan 32 responden berdasarkan kriteria purposive, dengan memperhatikan aspek usia, preferensi makanan, dan pengalaman konsumsi terhadap salad dan dressing. Menurut Sugiono (2009), jumlah tersebut mencukupi untuk memperoleh hasil yang mendekati distribusi normal.

D.

arakteristik Partisipan

Penelitian ini melibatkan tiga kelompok partisipan utama: akademisi, praktisi kuliner, dan konsumen umum. Rinciannya sebagai berikut:

TABEL 1.

Partisipan Penelitian

Partisipan	Jumlah
Akademisi	2
Praktisi Kuliner	5
Konsumen Umum	25
Total	32

E.

nstrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur penilaian responden terhadap atribut organoleptik (bentuk fisik, warna, tekstur, aroma, rasa) serta hedonik (kesukaan) dari produk. Menurut Taluke (2019), skala Likert merupakan skala yang umum digunakan dalam riset survei karena dapat menangkap respon secara kuantitatif dengan tingkatan tertentu.

TABEL 2.

Skala Penilaian Organoleptik dan Hedonik (I)

No	Sensori Produk	Skala Penilaian
1	Bentuk Fisik	1 = Sangat Tidak Menarik s.d. 5 = Sangat Menarik
2	Warna	1 = Sangat Tidak Menarik s.d. 5 = Sangat Menarik
3	Tekstur	1 = Sangat Tidak Cair s.d. 5 = Sangat Cair

TABEL 3

Skala Penilaian Organoleptik dan Hedonik (II)

No	Sensori Produk	Skala Penilaian
1	Aroma	1 = Sangat Tidak Harum s.d. 5 = Sangat Harum
2	Rasa	1 = Sangat Tidak Enak s.d. 5 = Sangat Enak

M

O

D

3	Hedonik	1 = Sangat Tidak Suka s.d. 5 = Sangat Suka
---	---------	--

F. **Prosedur Penelitian**

1. **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tanggal 4 April 2025 dan bertempat di kediaman peneliti, dengan fasilitas pendukung yang memadai untuk produksi serta distribusi sampel ke responden.

2. **Alat dan Bahan Pembuatan Produk**

Alat-alat yang digunakan dalam proses pembuatan produk dressing vinaigrette antara lain:

TABEL 4
Alat Pembuatan Dressing Vinaigrette

No	Nama Alat	Fungsi
1	Blender	Menghaluskan semangka untuk menciptakan dasar cair dressing
2	Cutting Board	Alas untuk memotong bahan-bahan
3	Knife	Alat pemotong semangka dan rempah lainnya
4	Spoon	Alat untuk menakar bumbu dan bahan tambahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk meliputi buah utama, rempah, pemanis, bumbu, dan komponen asam sebagai berikut:

TABEL 5
Bahan Pembuatan Dressing Vinaigrette Berbasis Semangka

No	Nama Bahan	Fungsi
1	Semangka (400gr)	Bahan utama dengan kandungan air tinggi
2	Daun Ketumbar (1gr) dan Bawang Putih (1 siung)	Memberi aroma segar dan rasa kuat
3	Madu (1 sdm)	Pemanis alami untuk keseimbangan rasa
4	Garam (1 sdt)	Memberi rasa gurih dan menyatukan komponen rasa
5	Jeruk Nipis (1 sdm) dan Cuka Apel (1½ sdm)	Memberi rasa asam segar dan keseimbangan pH dressing

G. **Teknik Analisis Data**

Data dikumpulkan melalui survei menggunakan Google Form, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Data organoleptik seperti rasa, aroma, tekstur, bentuk, dan warna dianalisis menggunakan distribusi frekuensi dan dihitung rata-ratanya (mean). Tujuan analisis adalah untuk mengetahui preferensi responden serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk dari segi sensoris. Analisis ini juga digunakan untuk mengukur kesukaan konsumen (hedonik) secara kuantitatif dan

objektif, sebagai dasar rekomendasi pengembangan produk lanjutan.

IV.

ASIL DAN PEMBAHASAN

A. **Profil Lokasi dan Latar Belakang Produk**

Penelitian ini dilaksanakan di dua lokasi utama, yaitu Pasar Cihapit sebagai tempat pengambilan partisipan praktisi kuliner dan Telkom University Bandung untuk partisipan akademisi serta konsumen. Salad dan vinaigrette memiliki sejarah panjang sebagai bagian dari budaya kuliner sejak zaman Romawi. Kata *salad* berasal dari bahasa Latin “salata,” yang berarti diasinkan, sedangkan vinaigrette berasal dari bahasa Prancis yang berarti “sedikit cuka.” Sejak dahulu, kombinasi sayuran dengan saus berbahan dasar minyak dan cuka sudah menjadi pelengkap makanan yang umum. Penggunaan semangka sebagai bahan vinaigrette merupakan pendekatan baru yang tetap berakar pada prinsip-prinsip dasar saus tradisional, namun menghadirkan inovasi dari sisi rasa dan manfaat.

B. **Analisis Bahan dan Proses Inovasi Produk**

Seluruh bahan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan ketersediaan, kesegaran, dan fungsinya dalam membentuk karakter rasa produk. Semangka menjadi bahan utama, tidak hanya dari daging buah tapi juga bagian putih yang menyimpan kesegaran. Daun ketumbar ditambahkan untuk aroma, bawang putih memperkuat rasa, madu sebagai penyeimbang rasa manis, garam untuk menyatukan cita rasa, serta jeruk nipis dan cuka apel sebagai sumber keasaman alami. Seluruh bahan tersebut diolah dengan cara diblender untuk menghasilkan vinaigrette yang halus dan menyegarkan.

C. **Formulasi Produk dan Uji Daya Terima Konsumen**

Penelitian ini menggunakan dua variasi formulasi: Variasi A menggunakan 400 gram semangka dan Variasi B menggunakan 600 gram semangka. Sebanyak 32 panelis dari berbagai latar belakang memberikan penilaian organoleptik menggunakan skala 1 hingga 5. Penilaian mencakup aspek aroma, rasa, warna, tekstur, dan tingkat kesukaan (hedonik). Tujuannya adalah untuk melihat preferensi konsumen terhadap komposisi yang berbeda dan menentukan formulasi yang paling diterima.

TABEL 6.
Formulasi Inovasi Dressing Vinaigrette Berbasis Semangka

No	Bahan	Satuan	Jumlah (A/B)	Keterangan
1	Semangka	gram	400 / 600	Digunakan sebagai bahan utama dan pencair, termasuk bagian putih buahnya
2	Daun Ketumbar	gram	1	Dilepaskan dari tangkai, dicuci bersih sebelum diblender

3	Bawang Putih	siung	1	Dipotong halus dan dicampur dalam blender
4	Madu	sdm	1	Sebagai pemanis alami
5	Garam	sdt	1	Untuk memperkuat dan menyatukan rasa
6	Jeruk Nipis	sdm	1	Diperas dan dimasukkan ke dalam adonan vinaigrette
7	Cuka Apel	sdm	1½	Memberi rasa asam lembut dan menyegarkan

Formulasi ini menunjukkan bahwa buah semangka tidak hanya digunakan sebagai penambah rasa, tetapi juga sebagai basis cair utama dalam pembuatan dressing. Gabungan bahan-bahan tersebut menciptakan profil rasa segar, asam, dan sedikit manis yang khas dan berpotensi besar diminati konsumen salad di Indonesia. Cara Pembuatan:

1.

Siapkan bahan – bahan dan peralatan.



GAMBAR 1

Blender yang akan dipakai untuk membuat produk

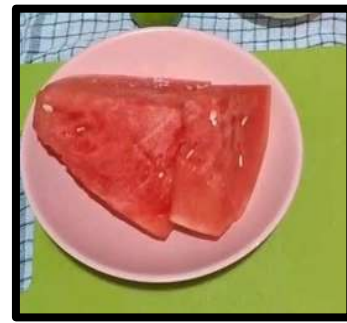


GAMBAR 2

Bahan-bahan (Jeruk Nipis, daun ketumbar, garam, cuka apel, madu, dan semangka.)

2.

Potong dan blender buah semangka menjadi halus dan sampai teksturnya seperti jus.



GAMBAR 3

Semangka Potong (400gr – 600gr)



GAMBAR 4

Blender Semangka

3. Tambahkan bahan – bahan yang tadi sudah disiapkan dan blender lagi sampai halus.



GAMBAR 5

Memasukkan Bahan (Jeruk Nipis, daun ketumbar, garam, cuka apel, madu, dan semangka.)



GAMBAR 6
Blender Bahan - Bahan

4. Sajikan dressing vinaigrette berbasis buah semangka dengan salad apapun.



GAMBAR 7
Dressing Vinaigrette Berbasis Buah Semangka disajikan dengan salad

Data yang diperoleh dari 32 peserta yang berbeda – beda, berikut adalah penjabaran karakteristik panelis berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin termasuk dalam karakteristik 32 peserta yang diberikan kuesioner untuk menilai uji organoleptik dressing vinaigrette berbasis buah semangka, hasil yang didapatkan dapat dilihat pada tabel 4.2 dan gambar 4.8.

TABEL 7
Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	9	28.1	28.1	28.1
Wanita	23	71.9	71.9	100.0
Valid Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil pada tabel, jumlah antara laki-laki dan Perempuan yang mengisi kuesioner uji organoleptik lebih banyak yang berjenis kelamin Perempuan, dengan jumlah

23 orang, dengan persentase 71,9% dan jumlah laki-laki sebanyak 9 orang dengan persentase 28,1%.

2. Usia

Usia peserta mempunyai 5 kategori usia yaitu 15 - 25 tahun, 26 – 35 tahun, 36 - 45 tahun, 46 – 55 tahun, dan > 56 tahun. Berikut data peserta berdasarkan usia, dilihat pada tabel 8.

TABEL 8
Karakteristik Peserta Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15 - 25 tahun	26	78.1	78.1	81.3
26 - 35 tahun	4	12.5	12.5	93.8
Valid 46 - 55 tahun	2	6.3	6.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Dari tabel diatas, menunjukan bahwa peserta yang banyak mengisi kuisioner uji organoleptik dalam penelitian ini yaitu 15 – 25 tahun, dengan jumlah 26 orang dari 32 peserta dan memiliki persentase 78,1%, sedangkan 26 – 35 tahun terdiri dari 4 peserta dengan persentase 12,5% dan yang terakhir dengan umur 46 – 55 tahun ada 2 peserta dengan persentase 6,3%.

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir peserta mempunyai 8 kategori yaitu SD, SMP, SMA, Diploma, S1, S2, S3, dan SMK. Berikut data peserta berdasarkan Pendidikan terakhir, dilihat pada tabel 4.4 dan gambar 4.10.

TABEL 9
Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	2	6.3	6.3	6.3
SMA	13	40.6	40.6	46.9
Valid DIPLOMA	12	37.5	37.5	84.4
S1	3	9.4	9.4	93.8
S2	2	6.3	6.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Dari tabel diatas menunjukan bahwa peserta yang paling banyak yang mengisi kuesioner uji organoleptik penelitian ini adalah peserta yang Pendidikan terakhirnya SMA yaitu 13 orang dengan persentase 40,6%. Peserta dengan Pendidikan terakhir Diploma ada 12 orang dengan persentase 37,5%, selanjutnya Pendidikan terakhir S1 ada 3 orang dengan persentase 9,4%. Peserta dengan pendidika

terakhir SMP dan S2 mempunyai jumlah dan persentase yang sama yaitu 2 orang dengan persentase 6,3%.

4. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu penilaian dari karakteristik panelis. Pekerjaan panelis di golongan menjadi 5 kategori yaitu Wiraswasta, Pegawai Swasta, Pegawai Negeri, Pelajar/Mahasiswa, dan lainnya.

TABEL 10
Karakteristik Peserta Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Wiraswasta	2	6.3	6.3	6.3
Pegawai Swasta	7	21.9	21.9	28.1
Pegawai Negeri	1	3.1	3.1	31.3
Valid Pelajar/Mahasiswa	13	40.6	40.6	71.9
Lainnya	8	25.0	25.0	96.9
6.00	1	3.1	3.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Dari tabel diatas, peserta yang banyak mengisi kuesioner uji organoleptik yaitu panelis pelajar/mahasiswa ada 13 peserta, dengan persentase 40,6%. Peserta dengan pekerjaan lainnya adalah kedua terbanyak yaitu ada 8 orang, dengan persentase 25%. Selanjutnya adalah pegawai swasta sebanyak 7 orang, dengan persentase 21,9%. Pekerjaan wiraswasta ada 2 orang dengan persentase 6,3%. Pegawai negeri mempunyai peserta paling sedikit, yaitu ada 1 orang, dengan persentase 3,1%.

Penjelasan Daya Terima Konsumen

Dalam uji organoleptik *dressing vinaigrette* berbasis buah semangka, dibagi menjadi 5 penilaian, yaitu penilaian berdasarkan rasa, aroma, tekstur, warna, dan berdasarkan penampilan fisik dari produk ini, dan pembagian penilaian tersebut dibagi kedalam 2 kategori saus yang berbeda.

1. Dressing vinaigrette Menggunakan 400gr Buah Semangka (A)

A.Rasa

Berdasarkan hasil uji organoleptik kepada 32 peserta konsumen secara acak, didapatkan hasil yang berbeda-beda. Berikut adalah hasil penilaian organoleptik berdasarkan rasa dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 11

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Rasa (A)

Rasa Watermelon Vinaigrette (A)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Enak	1	3.1	3.1	3.1
Cukup Enak	8	25.0	25.0	28.1
Valid Enak	18	56.3	56.3	84.4

4.50	1	3.1	3.1	87.5
Sangat Enak	4	12.5	12.5	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, dapat dilihat bahwa dari 32 panelis acak sebanyak 18 orang dengan persentase 56,3% memilih enak dengan rasa dari dressing vinaigrette dengan 400gr buah semangka. Sedangkan untuk cukup enak mendapatkan 8 orang dengan persentase 25%, untuk sangat enak terdapat 4 orang dengan persentase 12,5%. Untuk yang menjawab 4,50 (menuju sangat enak) dan tidak enak, mempunyai jumlah yang sama, yaitu 1 orang dengan persentase 3,1%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah enak dengan persentase 56,3%.

B. Warna

Penilaian berdasarkan warna dari inovasi produk ini adalah salah satu penilaian uji organoleptik, dengan melakukan pengujian terhadap 32 panelis acak dan berikut hasilnya dalam bentuk tabel dan gambar.

TABEL 12

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Warna (A)

Warna Watermelon Vinaigrette (A)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Menarik	1	3.1	3.1	3.1
Tidak Menarik	2	6.3	6.3	9.4
Cukup Menarik	11	34.4	34.4	43.8
Menarik	10	31.3	31.3	75.0
Sangat Menarik	8	25.0	25.0	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 11 dan gambar 4.13 bahwa dari 32 peserta acak, sebanyak 11 orang yang menjawab cukup menarik dengan persentase 34,4%, sedangkan 10 orang menjawab menarik dengan persentase 31,3%, dan 8 orang menjawab sangat menarik dengan persentase 25%. Untuk penilaian sangat tidak menarik dan tidak menarik terdapat 1 dan 2 orang dengan persentase 3,1% dan 6,3%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah cukup menarik dengan persentase 34,4%.

C.Aroma

Penilaian berdasarkan aroma merupakan salah satu dari penilaian uji organoleptik, dengan melakukan pengujian terhadap 32 peserta dan dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 13

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Warna (A)

Aroma Watermelon Vinaigrette (A)

		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	Tidak Harum	3	9.4	9.4	9.4
	Cukup Harum	7	21.9	21.9	31.3
	Harum	16	50.0	50.0	81.3
	Sangat Harum	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 12 bahwa 32 peserta sebanyak 16 orang menjawab harum dengan persentase 50%, sedangkan yang menjawab cukup harum ada 7 orang dengan persentase 21,9%, dan yang menjawab sangat harum ada 6 orang dengan persentase 18,8%. Ada 3 orang yang menjawab tidak harum dengan persentase 9,4%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah harum dengan persentase 50%.

D. Tekstur

Berdasarkan hasil pengujian organoleptik kepada 32 peserta secara acak didapatkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penilaian uji organoleptik berdasarkan dari tekstur produk penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 14

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Warna (A)

Tekstur Watermelon Vinaigrette (A)

		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	Sangat Tidak Cair	1	3.1	3.1	3.1
	Tidak Cair	1	3.1	3.1	6.3
	Cukup Cair	9	28.1	28.1	34.4
	Cair	15	46.9	46.9	81.3
	Sangat Cair	6	18.8	18.8	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 13 bahwa ada 15 peserta yang menjawab cair dengan persentase 46,9%, cukup cair ada 9 orang dengan persentase 28,1%, dan sangat cair ada 6 peserta menjawab, dengan persentase 18,8%. Sedangkan sangat tidak cair dan tidak cair ada 1 orang yang menjawab dengan persentase 3,1%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah cair dengan persentase 46,9%.

E. Penampilan Fisik

Penampilan berdasarkan penampilan fisik dari produk ini merupakan salah satu penilaian uji organoleptik, menguji dengan 32 peserta acak, dapat dilihat hasilnya dalam tabel dan gambar berikut.

TABEL 15

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Penampilan Fisik (A)

Penampilan Watermelon Vinaigrette (A)

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Tidak Menarik	2	6.3	6.3	6.3
Cukup Menarik	9	28.1	28.1	34.4
Valid Menarik	12	37.5	37.5	71.9
Sangat Menarik	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 15 bahwa dari 32 peserta, sebanyak 12 orang yang menjawab menarik dengan persentase 37,5%. Sedangkan cukup menarik dan sangat menarik ada 9 peserta yang menjawab dengan persentase 28,1%. Yang menjawab tidak menarik ada 2 peserta dengan persentase 6,3%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah menarik dengan persentase 37,5%.

Dressing vinaigrette Menggunakan 600gr Buah Semangka (B)

A. Rasa

Berdasarkan hasil uji organoleptik kepada 32 peserta konsumen secara acak, didapatkan hasil yang berbeda-beda. Berikut adalah hasil penilaian organoleptik berdasarkan rasa dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 16

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Rasa (B)

Rasa Watermelon Vinaigrette (B)

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Cukup Enak	5	15.6	15.6	15.6
Enak	11	34.4	34.4	50.0
Valid 4.50	1	3.1	3.1	53.1
Sangat Enak	15	46.9	46.9	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, bahwa dari 32 peserta acak, sebanyak 15 orang dengan persentase 46,9%, sedangkan yang memilih enak ada 11 orang dengan persentase 34,4%, yang memilih cukup enak ada 5 orang dengan persentase 15,6%. Dan ada yang mengatakan 4,50

(menuju sangat enak) yaitu 1 orang dengan persentase 3,1%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah sangat enak dengan persentase 46,9%.

B. Warna

Penilaian berdasarkan warna dari inovasi produk ini adalah salah satu penilaian uji organoleptik, dengan melakukan pengujian terhadap 32 panelis acak dan berikut hasilnya dalam bentuk tabel dan gambar.

TABEL 17

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Warna (B)

Warna Watermelon Vinaigrette (B)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Menarik	2	6.3	6.3	6.3
Cukup Menarik	5	15.6	15.6	21.9
Valid Menarik	11	34.4	34.4	56.3
Sangat Menarik	14	43.8	43.8	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, bahwa dari 32 peserta acak, sebanyak 17 peserta memilih sangat menarik dengan persentase 43,8%, sedangkan yang memilih menarik ada 11 orang dengan persentase 34,4%, dan yang memilih cukup menarik ada 5 orang dengan persentase 15,6%. Peserta yang memilih tidak menarik ada 2 orang dengan persentase 6,3%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah sangat menarik dengan persentase 43,8%.

C. Aroma

Penilaian berdasarkan aroma merupakan salah satu dari penilaian uji organoleptik, dengan melakukan pengujian terhadap 32 peserta dan dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 18

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Aroma (B)

Aroma Watermelon Vinaigrette (B)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Harum	1	3.1	3.1	3.1
Cukup Harum	10	31.3	31.3	34.4
Valid Harum	10	31.3	31.3	65.6
4.50	1	3.1	3.1	68.8
Sangat Harum	10	31.3	31.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel, bahwa 32 peserta acak, sebanyak 10 orang dengan persentase 31,3% yang memilih sangat harum, harum, dan cukup harum. Sedangkan yang memilih tidak harum dan 4,50 (menuju sangat harum) ada masing-masing 1 orang dengan persentase 3,1%. Berdasarkan data diatas,

Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah sangat harum, harum, dan cukup harum dengan masing-masing persentase 31,3%.

D. Tekstur

Berdasarkan hasil pengujian organoleptik kepada 32 peserta secara acak didapatkan hasil yang berbeda-beda. Hasil penilaian uji organoleptik berdasarkan dari tekstur produk penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut.

TABEL 19

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Tekstur (B)

Tekstur Watermelon Vinaigrette (B)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Cair	1	3.1	3.1	3.1
Tidak Cair	2	6.3	6.3	9.4
Valid Cukup Cair	6	18.8	18.8	28.1
Cair	11	34.4	34.4	62.5
Sangat Cair	12	37.5	37.5	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, bahwa 32 peserta acak, sebanyak 12 orang dengan persentase 37,5%, peserta yang memilih cair ada 11 orang dengan persentase 34,4%, dan yang memilih cukup cair ada 6 orang dengan persentase 18,8%. Dan tidak cair sebanyak 2 orang dengan persentase 6,3%, sedangkan sangat tidak cair sebanyak 1 orang dengan persentase 3,1%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah sangat cair dengan persentase 37,5%.

E. Penampilan Fisik

Penampilan berdasarkan penampilan fisik dai produk ini merupakan salah satu penilaian uji organoleptik, menguji dengan 32 peserta acak, dapat dilihat hasilnya dalam tabel dan gambar berikut.

TABEL 20

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Penampilan Fisik (B)

Penampilan Watermelon Vinaigrette (B)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Menarik	3	9.4	9.4	9.4
Cukup Menarik	6	18.8	18.8	28.1
Valid Menarik	7	21.9	21.9	50.0
Sangat Menarik	16	50.0	50.0	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, bahwa 32 peserta acak, sebanyak 16 peserta dengan persentase 50% yang memilih sangat menarik, sedangkan yang memilih menarik ada 7 orang dengan persentase 21,9%, dan yang memilih cukup menarik ada 6 orang dengan persentase 18,8%. Dan yang memilih tidak menarik ada 3 orang dengan persentase 9,4%. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah sangat menarik dengan persentase 50%.

Tingkat Kesukaan Konsumen Antar Variasi Produk A Dan Produk B

Berdasarkan penilaian uji organoleptik, 32 peserta konsumen acak, terdapat 2 hasil yang berbeda, yaitu variasi produk A, yaitu dengan 400gr buah semangka, dan Produk B, yaitu dengan 600gr buah semangka. Berikut adalah tabel dan grafik dari data tersebut.

TABEL 21

Tabel Penilaian Organoleptik Berdasarkan Variasi A Dan B

Variasi yang lebih disukai oleh responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Variasi A	13	40.6	41.9	41.9
Valid Variasi B	18	56.3	58.1	100.0
Total	31	96.9	100.0	
Missing System	1	3.1		
Total	32	100.0		

Berdasarkan tabel 4.16 dan gambar 4.22, bahwa dari 32 peserta ada 1 orang yang tidak mengisi lebih suka variasi produk a atau b, sedangkan 18 orang peserta dengan persentase 56,3% lebih menyukai produk variasi b, dan 13 peserta dengan persentase 40,6% lebih menyukai variasi produk a. Berdasarkan data diatas, Tingkat paling tinggi dari konsumen adalah produk variasi b dengan persentase 56,3%.

Berdasarkan hasil uji organoleptik penelitian inovasi produk *dressing vinaigrette* berbasis buah semangka, dinyatakan bahwa Uji organoleptik dari segi rasa, variasi yang lebih banyak disukai yaitu variasi produk b, yaitu sangat enak berjumlah 15 orang responden yang menjawab. Hasil uji organoleptik dari segi warna, variasi yang lebih banyak disukai, adalah variasi produk b, yaitu sangat menarik berjumlah 14 orang responden yang menjawab. Hasil uji organoleptik dari segi aroma, variasi yang lebih banyak disukai, yaitu variasi produk a dengan hasil responden yang menjawab harum ada 16 orang. Hasil uji organoleptik dari segi tekstur, variasi yang lebih banyak disukai yaitu variasi produk b sangat cair, berjumlah 12 responden yang menjawab. Hasil uji organoleptik dari segi penampilan fisik, variasi yang lebih banyak disukai adalah variasi produk b, yaitu sangat menarik, dipilih oleh 16 orang responden. Kesimpulan dari hasil uji organoleptik penelitian ini bahwa variasi produk b yang menggunakan 600gr buah semangka lebih digemari oleh banyak responden

V.KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengembangkan dua varian inovasi *dressing vinaigrette* berbasis buah semangka yang ramah lingkungan dan bernilai kuliner tinggi. Hasil uji organoleptik terhadap 32 panelis menunjukkan bahwa varian B (dengan 600 gram semangka) lebih disukai dalam aspek rasa, aroma, warna, dan tekstur dibandingkan varian A. Formulasi ini dinilai segar, manis-asam, dan memiliki daya tarik sensorik yang tinggi. Produk ini berpotensi menjadi solusi dalam mengurangi fruit waste di industri perhotelan melalui pemanfaatan buah yang tidak layak saji tetapi masih aman konsumsi. Penelitian ini menyarankan agar inovasi serupa dikembangkan dengan kombinasi buah lain seperti pepaya, melon, atau nanas. Selain itu, perlu dilakukan uji ketahanan penyimpanan produk dan uji daya terima di kalangan konsumen yang lebih luas, seperti tamu hotel atau pengunjung restoran, guna melihat potensi pasar aktual secara komprehensif.

REFERENSI

- [1] Adnan, A. A. C. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Video Klip Pembuatan Saus Dasar Kontinental (Mother Sauce) Dalam Mata Kuliah Pengolahan Makanan Kontinental (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- [2] Al Fady, M. F. (2015). Madu dan Luka Diabetik. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- [3] Anjani, R., Juwaedah, A., & Setiawati, T. (2016). Analisis hasil belajar “mengolah hot and cold appetizer atau salad” sebagai kesiapan tes uji kompetensi makanan kontinental pada siswa smk negeri 3 sukabumi. Media Pendidikan, Gizi, dan Kuliner, 5(1).
- [4] Atro, R. A., Periadnadi, P., & Nurmia, N. (2015). Keberadaan mikroflora alami dalam fermentasi cuka apel hijau (*Malus sylvestris* Mill.) kultivar granny smith. Jurnal Biologi UNAND, 4(3).
- [5] Djollong, A. F. (2014). Tehnik pelaksanaan penelitian kuantitatif. Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam, 2(1).
- [6] Gozali, T., Assalam, S., Ikrawan, Y., & Nurfalia, I. (2023). Optimalisasi formula minuman olahan jeruk nipis (*Citrus aurantifolia*) dengan parameter karakteristik produk. Jurnal Penelitian Pertanian Terapan, 23(2), 288-301.
- [7] Gusnadi, D. (2019). Nutrifikasi Produk Roti Manis (Sweet Bread) Dengan Penambahan Kale (*Brassica Oleracea* Var. Sabellica). Media Bina Ilmiah, 13(11), 1851-1856.
- [8] Hapsara, V., Prasetyo, C. D., & Joeng, V. F. (2023). Implementasi Rotasi Menu Makanan Indonesia Pada Mata Kuliah Pengolahan Makanan Dasar Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan. Journal of Management and Social Sciences, 2(1), 91-100.
- [9] Hijriah, N. M., Filianty, F., & Nurhasanah, S. (2022). Potensi Minyak Atsiri Daun Ketumbar (*Coriandrum sativum* L.) sebagai Pendukung Pangan Fungsional: Kajian Literatur. Jurnal Teknotan, 16(1), 43.
- [10] Lucarini, M., Durazzo, A., Bernini, R., Campo, M., Vita, C., Souto, E. B., ... & Romani, A. (2021). Fruit wastes as a valuable source of value-added compounds: A collaborative perspective. Molecules, 26(21), 6338.

- [11] Lusnarnera, R., Tendean, L. E., & Gunawan, P. N. (2016). Pengaruh konsumsi semangka (*Citrullus lanatus*) dalam menurunkan indeks debris pada anak usia 8-10 tahun. *e-GiGi*, 4(1).
- [12] Manurung, I. M., Asbari, M., Putra, A. R., Santoso, G., & Rantina, M. (2023). Unity in salinity: Bagaimana hidup tanpa garam? *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 2(2), 96–102.
- [13] Sulistyorini, A. N. (2022). PENGARUH MINUMAN BAWANG PUTIH TUNGGAL (LANANG), CUKA APEL, JAHE MERAH, MADU DAN LEMON TERHADAP KADAR KOLESTEROL HDL DAN INDEKS ATEROGENIK PADA TIKUS PUTIH HIPERKOLESTEROL (Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).
- [14] Taluke, D., Lakat, R. S., & Sembel, A. (2019). Analisis preferensi masyarakat dalam pengelolaan ekosistem mangrove di pesisir pantai kecamatan loloda kabupaten halmahera barat. *Spasial*, 6(2), 531-540.
- [15] Umami, A. (2022). Pengaruh Model Pembelajaran Course Review Horay terhadap Hasil Belajar IPS Siswa Kelas V SDN Pucangan 02 Kartasura Tahun Ajaran 2021/2022. Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/105009>
- [16] Universitas Pendidikan Indonesia. (n.d.). Chapter 3: Methodology [PDF]. UPI Repository. http://repository.upi.edu/86721/4/T_POR_1906659_Chapter3.pdf
- [17] Wigati, E., & Safitri, M. D. (2021). Pengolahan Dan Variasi Appetizer Pada Saat Breakfast Terhadap Kepuasan Tamu Di The Alana Hotel & Convention Center Solo. *Jurnal Nusantara*, 4(2), 1-6.