

PENGARUH DIMENSI NILAI TERHADAP SERTIFIKASI ISPO DI KABUPATEN BUNGO

(The Influence Of Value Dimension On ISPO Certification In Bungo Regency)

SITI ROCHAENI^o, GIVAN MASSA ADRIAN USMANTO

Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif
Hidayatullah Jakarta, Jl. Ir H. Juanda No.95, Ciputat, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang
Selatan, Banten 15412. Email : ^o siti.rochaeni@uinjkt.ac.id

Manuskrip diterima: 18 September 2025, Revisi diterima: 03 Oktober 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dimensi nilai yaitu nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional petani kelapa sawit terhadap sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) di Kabupaten Bungo. Penelitian ini berfokus pada petani kelapa sawit pada perkebunan rakyat di Kabupaten Bungo yang telah maupun belum tersertifikasi ISPO, dengan latar belakang rendahnya sertifikasi ISPO meskipun pemerintah sudah mewajibkan sertifikasi untuk setiap pelaku usaha, termasuk petani. Penelitian menggunakan metode purposive sampling dengan analisis Stuctural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Sertifikasi ISPO sebagai variabel terikat dan nilai emosional, sosial, kualitas, serta fungsional sebagai variabel bebas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai emosional dan nilai kualitas berpengaruh signifikan terhadap sertifikasi ISPO, sedangkan nilai sosial dan nilai fungsional berpengaruh tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa rasa senang/puas, nyaman, dan aman, serta manfaat jangka pendek seperti peningkatan budidaya dan jangka panjang lebih mendorong partisipasi pekebun dibanding pengakuan sosial. Petani juga menganggap biaya untuk sertifikat sebagai beban dan proses sertifikasi yang rumit. Ditambah tidak adanya peningkatan dari penadapatan setelah mengikuti sertifikasi ISPO.

Kata Kunci: Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional, Sertifikasi ISPO

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the value dimension, namely the emotional, social, quality, and functional values of oil palm farmers on Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) certification in Bungo Regency. This research focuses on oil palm farmers in smallholder plantations in Bungo Regency that have or have not been ISPO certified, with the background of low ISPO certification even though the government has required certification for every business actor, including farmers. The study used the purposive sampling method with Stuctural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis. ISPO certification as a bound variable and emotional, social, quality, and functional values as independent variables. The results showed that emotional value and quality value had a significant effect on ISPO certification, while social value and functional value had a significant effect. This indicates that a sense of satisfaction, comfort, and security, as well as short-term benefits such as increased cultivation and long-term incentives for smallholder participation rather than social recognition. Farmers also consider the cost for the certificate to be a burden and a complicated certification process. Plus there is no increase in income after participating in ISPO certification.

Keywords: Emotional Value, Functional Value, Social Value, Quality Value, ISPO Certification



PENDAHULUAN

Kelapa sawit menjadi komoditi pertanian unggulan dan utama di Indonesia. Komoditas kelapa sawit yang mempunyai nilai ekonomis tinggi menjadi faktor penyumbang devisa negara terbesar jika dibandingkan dengan komoditas pertanian lainnya. Banyak masyarakat yang terlibat di dalam industri pertanian kelapa sawit, hal ini membuktikan bahwa kesejahteraan masyarakat mengalami peningkatan khususnya para petani kelapa sawit di Indonesia.

Provinsi Jambi merupakan salah satu dari sepuluh provinsi penghasil kelapa sawit terbesar di Indonesia, baik dilihat dari segi luas area maupun jumlah produksinya. Perkembangan perkebunan kelapa sawit di wilayah ini mulai pesat pada era 1980 hingga 1990, yang bertepatan dengan program transmigrasi dari Pulau Jawa ke Pulau Sumatera. Sebagian besar penduduk yang mengikuti program tersebut mengandalkan perkebunan kelapa sawit sebagai sumber utama penghasilan keluarga (Saragih dkk., 2020). Luas perkebunan kelapa sawit Provinsi Jambi berdasarkan status perusahaan didominasi perkebunan rakyat yang perkembangannya cukup meningkat. Berdasarkan data (BPS, 2023) sekitar 67,8% perkebunan kelapa sawit di Provinsi Jambi adalah perkebunan kelapa sawit rakyat.

Kabupaten yang berada di Provinsi Jambi yang juga mengambil peran dalam banyaknya perkebunan rakyat salah satunya adalah Kabupaten Bungo. Komoditas kelapa sawit juga menjadi komoditas unggulan di Kabupaten Bungo. Berdasarkan data BPS (2023), luas total perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Bungo mencapai 117.350 hektare, yang menunjukkan bahwa daerah ini merupakan salah satu sentra produksi sawit penting di Provinsi Jambi. Dari total luas tersebut, menurut data Direktorat Jenderal Perkebunan (Ditjenbun, 2022), sebanyak 52.333 hektare merupakan perkebunan rakyat, sehingga peran petani pada perkebunan rakyat sangat dominan dalam sistem agribisnis kelapa sawit di Kabupaten

Bungo. Namun demikian, realisasi sertifikasi Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) di wilayah ini masih sangat terbatas.

Tabel 1. Data Lahan yang Tersertifikasi ISPO di Provinsi Jambi

No.	Kabupaten	Unit Sertifikasi	Luas Lahan (Ha)
1	Batang Hari	7	39.326,84
2	Bungo	8	18.266,90
3	Tanjung Jabung Timur	5	20.650,93
4	Merangin	5	8.240,46
5	Muaro Jambi	11	37.736,65
6	Sarolangun	4	9.632,37
7	Tanjung Jabung Barat	11	23.488,70
8	Tebo	4	17.387,57
Total		55	174.730,42

Sumber: Ditjenbun, 2023

Berdasarkan Tabel 1, lahan perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Bungo yang tersertifikasi ISPO hanya mencapai 18.266 hektare dari total luas lahan perkebunan kelapa sawitnya. Hal ini menandakan adanya kesenjangan yang cukup besar antara lahan perkebunan kelapa sawit bersertifikat dengan non-sertifikat ISPO di Kabupaten Bungo.

Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2020 tentang Sistem Sertifikasi Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan Indonesia (ISPO) mewajibkan seluruh pelaku usaha, termasuk petani pada perkebunan rakyat, untuk melaksanakan sertifikasi ISPO sebagai standar legal dan keberlanjutan dalam pengelolaan kelapa sawit. Kebijakan ini bertujuan memperkuat daya saing industri kelapa sawit Indonesia di pasar global, meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip keberlanjutan, serta menjawab isu lingkungan dan sosial yang sering dikaitkan dengan komoditas kelapa sawit.

Menurut Permentan No. 38 Tahun 2020, Sertifikasi ISPO adalah rangkaian kegiatan penilaian kesesuaian terhadap Usaha Perkebunan Kelapa Sawit yang berkaitan dengan pemberian jaminan tertulis bahwa produk dan/atau tata kelola Perkebunan Kelapa Sawit telah memenuhi prinsip dan

kriteria ISPO. Sertifikasi ISPO menjamin keberlanjutan perusahaan kelapa sawit dengan memperhatikan aspek konservasi air dan lahan, kesejahteraan karyawan, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat di sekitarnya (Hia & Kusumawardani, 2016).

Sertifikasi ISPO (Indonesian Sustainable Palm Oil) hadir sebagai solusi alternatif yang menyediakan instrumen penilaian dan pengelolaan perkebunan kelapa sawit. ISPO bertujuan untuk mengatasi risiko lingkungan serta menjawab isu rendahnya kredibilitas produksi kelapa sawit di pasar internasional, khususnya di Eropa. Tantangan ini menjadi perhatian utama, terutama bagi perkebunan rakyat (smallholders), yang masih menghadapi berbagai hambatan dalam memenuhi standar keberlanjutan. (Dharmawan dkk., 2019).

Rendahnya tingkat adopsi sertifikasi ISPO di kalangan petani kelapa sawit, terutama pada perkebunan rakyat, menunjukkan adanya hambatan atau faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk mengikuti proses sertifikasi tersebut. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis fenomena ini adalah dengan menggunakan perspektif nilai (perceived value) yang dirasakan oleh petani terhadap proses dan hasil dari sertifikasi ISPO. Menurut Tjiptono (2015), Perceived Value adalah selisih antara total manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dengan total pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk atau layanan tersebut. Nilai yang dirasakan oleh individu dalam konteks ini dapat terdiri dari berbagai aspek, antara lain:

1. Nilai emosional, yaitu perasaan bangga, aman, atau nyaman yang dirasakan petani ketika menjalankan usahanya secara legal, berkelanjutan, dan diakui melalui sertifikasi resmi seperti ISPO
2. Nilai sosial, yaitu persepsi petani terhadap bagaimana pandangan masyarakat, kelompok tani, atau komunitas lokal terhadap sertifikasi ISPO.
3. Nilai kualitas, yaitu persepsi petani bahwa dengan mengikuti standar ISPO, kualitas produk yang dihasilkan akan

meningkat, baik dari segi mutu produksi maupun proses budidayanya.

4. Nilai fungsional, yaitu manfaat praktis dan ekonomis yang dirasakan oleh petani, peningkatan produktivitas, hingga peningkatan pendapatan yang didapat dari manfaat sertifikasi ISPO

Dengan memahami keempat aspek nilai tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas, dan nilai fungsional petani kelapa sawit terhadap sertifikasi ISPO di Kabupaten Bungo.

Manfaat dari penelitian ini bagi praktisi dan juga akademisi yaitu untuk menambah pengetahuan terkait dimensi nilai dari petani sawit rakyat terhadap sertifikasi ISPO guna melakukan atau pengambilan keputusan yang lebih baik. Pengambilan keputusan terkait sertifikasi ISPO yang tepat akan berdampak bagi kemajuan pertanian secara umum dan kesejahteraan petani secara khusus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2025 yang berlokasi di lahan perkebunan kelapa sawit yang ada di Kabupaten Bungo. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja (purposive) dengan alasan komoditas kelapa sawit di Kabupaten Bungo adalah komoditas unggulan bagi petani, ditambah dengan didominasi lahan perkebunan oleh perkebunan rakyat sebagai fokus dari penelitian ini.

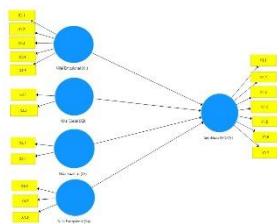
Populasi penelitian ini berjumlah 18.489 petani kelapa sawit di Kabupaten Bungo, Jambi (Ditjenbun, 2022), baik yang telah tersertifikasi ISPO maupun yang belum. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, yaitu petani kelapa sawit aktif pada perkebunan rakyat yang berdomisili di Kabupaten Bungo.

Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kepercayaan 90% dan toleransi kesalahan 10%, sehingga diperoleh:

$$n = \frac{18.489}{1 + 18.489(0,1^2)} = 99,46 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan pengambilan sampel menggunakan metode Slovin didapatkan sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan empat teknik, yaitu wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis kuantitatif. Metode ini mengubah data menjadi bentuk numerik guna memudahkan dalam menganalisis dan menarik kesimpulan dari temuan penelitian. (Sujarwato, 2021). Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Menurut Maruyama (2008) dalam Haryono dan Wardoyo (2012 : 11), SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik langsung maupun melalui variabel antar (intervening).

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi Partial Least Square (PLS). Menurut Ghazali dan Laten (2015:5), dalam PLS merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan atas banyak asumsi. Penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan desain penelitian yang menggunakan model persamaan struktural faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi ISPO. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan software Smart PLS ver 3.2.9. Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang diteliti adalah Sertifikasi ISPO sebagai variabel terikat (Y), sedangkan empat variabel lainnya sebagai variabel tak terikat yaitu Nilai Emosional (X1), Nilai Sosial (X2), Nilai Kualitas (X3), dan Nilai Fungsional (X4).



Gambar 1. Model Konstruk Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Nilai Emosional (X1) Terhadap Sertifikasi ISPO (Y)

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Nilai Emosional Terhadap Sertifikasi ISPO

Variabel	Indikator	Outer Loading	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values
Nilai Emosional (X1) → Sertifikasi ISPO (Y)	X1.1	0.864	0,392	4.380	0.000
	X1.2	0.843			
	X1.3	0.838			
	X1.4	0.799			
	X1.5	0.712			

Sumber: Data Primer Diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji hipotesis menunjukkan nilai original sample 0,392 dengan T-statistic 4,380 dan p-value 0,000. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai emosional terhadap sertifikasi ISPO. Seluruh indikator valid dengan nilai outer loading tertinggi pada rasa nyaman (0,864) dan terendah pada kemudahan penggunaan (0,712).

Pengaruh positif ini berarti semakin tinggi perasaan senang, aman, nyaman, serta kebanggaan petani, maka semakin tinggi pula minat mengikuti sertifikasi ISPO. Faktor perasaan nyaman dan aman lebih dominan dibandingkan indikator lain, sementara persepsi kemudahan penggunaan masih relatif lemah karena proses sertifikasi dianggap rumit tanpa adanya pendampingan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Emilia dkk. (2014) yang menyatakan motivasi emosional dan kepuasan batin mendorong adopsi sertifikasi berkelanjutan. Dalam teori nilai konsumen (Holbrook, 1999; Sheth dkk., 1991) dan teori keputusan Simon (1955), aspek afektif memengaruhi keputusan individu. Dengan demikian, nilai emosional berperan kuat dalam meningkatkan partisipasi petani terhadap ISPO.

Pengaruh Nilai Sosial (X2) Terhadap Sertifikasi ISPO (Y)

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Nilai Sosial Terhadap Sertifikasi ISPO

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>
Nilai Sosial (X2)	X2.1	0.947	0.063	0.870	0.385
→ Sertifikasi ISPO (Y)	X2.2	0.925			

Sumber: Data Primer Diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai original sample 0,063 dengan T-statistic 0,870 dan p-value 0,385. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sosial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap sertifikasi ISPO. Indikator status sosial (0,947) dan kebanggaan (0,925) valid, namun tidak cukup kuat untuk mendorong minat sertifikasi.

Hal ini menandakan bahwa dorongan sosial, seperti pengakuan dari masyarakat atau status sebagai petani bersertifikat, belum menjadi faktor penting dalam keputusan mengikuti ISPO. Petani lebih rasional menimbang aspek manfaat praktis dibandingkan hanya sekadar status sosial. Rendahnya norma sosial dan minimnya

tekanan kelompok tani menyebabkan nilai sosial tidak berdampak nyata.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri & Ramadhan (2020) serta Dharmawan dkk. (2019) yang menunjukkan nilai sosial lemah dalam adopsi sertifikasi jika norma kolektif belum terbentuk. Dalam teori nilai konsumen (Sheth dkk., 1991), nilai sosial berperan dominan jika keputusan dipengaruhi lingkungan. Namun, dalam konteks penelitian ini, sertifikasi ISPO belum menjadi simbol status sosial penting bagi petani.

Pengaruh Nilai Kualitas (X3) Terhadap Sertifikasi ISPO (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Nilai Kualitas Terhadap Sertifikasi ISPO

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>
Nilai Kualitas (X3)	X3.1	0.838	0.367	3.261	0.001
→ Sertifikasi ISPO (Y)	X3.2	0.922			

Sumber: Data Primer Diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji hipotesis menunjukkan original sample 0,367 dengan T-statistic 3,261 dan p-value 0,001, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai kualitas terhadap sertifikasi ISPO. Indikator jangka pendek (0,922) dan jangka panjang (0,838) valid dan mendukung bahwa persepsi kualitas mendorong petani mengikuti sertifikasi.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian petani terhadap kualitas sertifikasi, semakin besar minat mereka. Manfaat jangka pendek terlihat dari ketertarikan administrasi dan proses budidaya yang lebih baik, sedangkan jangka panjang

terkait keamanan usaha, keberlanjutan, dan akses pasar. Petani menilai ISPO sebagai sistem yang mampu meningkatkan mutu dan keberlangsungan usaha.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Radete (2021), Aulia & Wulandari (2019), serta Hutabarat dkk. (2018) yang menegaskan persepsi kualitas sebagai faktor penting dalam adopsi sertifikasi. Sejalan dengan teori nilai konsumen Zeithaml (1988), kualitas dipandang sebagai keunggulan produk atau sistem. Dalam kerangka teori keputusan, persepsi kualitas menjadi dasar pertimbangan manfaat dan risiko, sehingga mendorong petani untuk terlibat dalam ISPO.

Pengaruh Nilai Fungsional (X4) Terhadap Sertifikasi ISPO (Y)

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis Nilai Fungsional Terhadap Sertifikasi ISPO

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>
Nilai Kualitas (X3) → Sertifikasi ISPO (Y)	X4.1	0.887			
	X4.2	0.935	0.192	1.624	0.105
	X4.3	0.860			

Sumber: Data Primer Diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji menunjukkan nilai original sample 0,192 dengan T-statistic 1,624 dan p-value 0,105. Artinya, nilai fungsional berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap sertifikasi ISPO. Indikator harga produk (0,935), kualitas produk (0,887), dan kelebihan fungsi produk (0,860) valid, namun pengaruhnya tidak cukup kuat dalam keputusan sertifikasi.

Petani menilai bahwa biaya sertifikasi tinggi, sementara manfaat langsung, seperti diferensiasi harga TBS bersertifikat, belum dirasakan. Proses sertifikasi juga dianggap rumit sehingga petani merasa tidak sepadan antara usaha yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, nilai fungsional masih dianggap lemah dan belum mendorong petani secara signifikan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hutabarat dkk. (2018) dan Kusuma dkk. (2018) yang menekankan bahwa sertifikasi ISPO membutuhkan dukungan biaya eksternal agar diminati petani. Teori nilai konsumen (Sheth dkk., 1991) menyebut nilai fungsional sebagai faktor rasional utama, tetapi dalam kasus ini manfaat praktis ISPO belum cukup nyata. Teori keputusan juga menjelaskan lemahnya dorongan ketika manfaat ekonomis sulit diakses.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas, dan nilai fungsional terhadap sertifikasi ISPO di Kabupaten Bungo maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai Emosional (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Sertifikasi ISPO (Y). Indikator dengan *outer loading* tertinggi adalah Nyaman, Senang, Aman, Akan Dinikmati dan Mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa perasaan aman, nyaman, dan kepuasan batin menjadi pendorong utama bagi petani dalam minat sertifikasi ISPO.
2. Nilai Sosial (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Sertifikasi ISPO (Y). Walaupun indikator Status Sosial dan Kebanggaan memiliki nilai yang valid, faktor ini tidak cukup mendorong petani karena ISPO belum menjadi norma sosial yang kuat di komunitas. Petani lebih menekankan manfaat nyata dibanding sekadar status atau pengakuan sosial.
3. Nilai Kualitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sertifikasi ISPO (Y). Indikator kualitas terdiri dari Jangka Pendek dan Jangka Panjang, keduanya valid. Petani merasakan manfaat jangka pendek seperti ketertiban kebun, pengelolaan budidaya yang lebih baik, serta pemasaran lebih lancar, sementara manfaat jangka panjang mencakup keberlanjutan usaha dan kepastian pasar. Dengan demikian, nilai kualitas menjadi salah satu faktor praktis yang mendorong minat petani terhadap sertifikasi.
4. Nilai Fungsional (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Sertifikasi ISPO (Y). Walaupun indikator Harga Produk, Kualitas Produk, dan Kelebihan Fungsi Produk valid, manfaat fungsional dari ISPO belum dirasakan nyata oleh petani. Sertifikasi dianggap lebih sebagai

kewajiban administratif dibanding manfaat praktis, sebab biaya sertifikasi masih dirasakan sebagai beban tambahan, harga TBS tidak berbeda antara bersertifikat dan non-sertifikat, serta prosesnya rumit dengan banyak persyaratan dokumen.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan setelah melakukan penelitian untuk topik terkait sebagai bahan pertimbangan untuk mengatasi masalah di daerah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kembangkan program penyuluhan dan pendampingan ISPO untuk meningkatkan semangat dan kesadaran petani.
2. Dorong peran tokoh masyarakat, kelompok tani, dan koperasi dalam memperkuat jaringan sosial petani.
3. Susun kebijakan responsif berbasis kebutuhan petani, seperti penyederhanaan prosedur dan subsidi sertifikasi.
4. Lakukan evaluasi dan monitoring berkala agar program ISPO efektif.
5. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas wilayah, menambah variabel baru (risiko, akses informasi, dukungan lembaga), dan menggunakan pendekatan kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalya S, Basalamah M, Kamidin M, Murfat M, Taufan R. 2021. Pengaruh Penggunaan Teknologi Dan Produktivitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Pada Studi PT. PLN (Persero) UP3 Makassar Selatan. *Center of Economic Student Journal*. 4(1): 62.
- Aulia D, Wulandari T. 2019. Persepsi Petani terhadap Program Sertifikasi dan Dampaknya terhadap Produksi. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 3(1): 14 –22.
- Babin BJ, Harris EG. 2011. *Consumer Behavior* 2. USA: South Western Cengage Learning.
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Statistik Kelapa Sawit Indonesia 2023* (vol. 17).
- Chaudhuri A, Holbrook MB. 1999. The Chain of Effects from brand Trust and Brand affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty, *Journal of Marketing*. 65: 81 -93.
- Dharmawan AH, Nasdian FT, Barus B, Kinseng RA, Indaryanti Y, Indriana H, Roslinawati A. 2019. Kesiapan petani kelapa sawit swadaya dalam implementasi ISPO: Persoalan lingkungan hidup, legalitas dan keberlanjutan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 17(2): 304.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2023. *Rekap Update Sertifikasi ISPO Juni 2023*. [Internet]. [diunduh 2025 Juli 12]. Tersedia pada: <https://ditjenbun.pertanian.go.id/template/uploads/2023/07/Rekap-update-sertifikat-ISPO-per-Juni-2023.pdf>.
- Duryadi. 2021. *Metode Penelitian Ilmiah (Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan Smart -PLS)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik
- Ghozali, Latan. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haryono S, Wardoyo P. 2012. *Struktural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos 18.00*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Holbrook MB, Hirschman EC. 1982. The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*. 9(2): 132 –140.
- Kusuma H, Prasetyo Y, Widodo S. 2018. *Perilaku Adopsi Petani Terhadap Inovasi Teknologi Pertanian: Studi Kasus Petani Hortikultura di Jawa*

- Tengah. *Jurnal Agritechno*. 9(1): 29 –36.
- Lubis MF, Lubis I. 2018. Analisis Produksi Kelapa Sawit (*Elaeis Guineensis* Jacq) Di Kebun Buatan, Kabupaten Pelalawan, Riau. *Buletin Agrohorti*. 6(2): 281 –286.
- Ningsih A, Wibowo K. 2016. Daya Saing Dinamis Produk Pertanian Indonesia di ASEAN. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. 9(2): 117.
- Nurhasanah S, Nugraha M, Subhi I. 2022. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Media Edu Pustaka: Banten.
- Oesman YM. 2010. Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value dan Customer Dependency. Cetakan pertama. Bandung: Alfabeta.
- Putri NA, Ramadhan I. 2020. Peran Norma Sosial dalam Penerimaan Inovasi Ramah Lingkungan pada Petani Padi. *Jurnal Sositoknologi Pertanian*. 5(3): 112 – 120.
- Radete R. 2021. Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Minat Petani Mengikuti Sertifikasi Pertanian Organik. *Jurnal Agroindustri dan Agribisnis*. 6(2): 87 – 95.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Saragih IK, Rachmina D, Krisnamurthi B. 2020. Analisis status keberlanjutan perkebunan kelapa sawit rakyat Provinsi Jambi. *Journal of Indonesian Agribusiness*. 8(1): 17-32.
- Sari M, Hadi S, Rosnita. 2021. Analisis Capaian Ispo (Indonesian Sustainable Palm Oil) Perkebunan Kelapa Sawit Pola Swadaya Di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agribisnis*. 24(1)
- Sheth JN, Newman BI, Gross BL. 1991. Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of business research*. 22(2): 159 - 170.
- Simon HA. 1955. A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*. 69: 99 – 118.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Metodologi Penelitian*. Karanganyar -Klodangan: Literasi Media Publishing.
- Sudarso E. 2016. Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 5(3): 165-167
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono F. 2017. *Pemasaran Strategik*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Valentina AH, Natasya K. 2016. Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO), A Way To Reach The European Union Renewable Energy Directive (EU RED) 2009 And Boosting Indonesian Palm Oil Market to European Union (EU) 2009 -2014. *Journal of International Relation*. 1(1).
- Wardhana R, Seminari NK. 2022. Peran Nilai Emosional dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli (Studi pada Sepatu Olahraga Adidas di Kota Denpasar). *Jurnal Manajemen*. 11(5): 907 -926.
- Zeithaml VA. 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means - End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*.