

ABSTRAK

Potensi laut Indonesia yang begitu luas menyimpan banyak kekayaan sumber daya laut didalamnya, mulai dari tumbuhan laut hingga makhluk hidup, termasuk udang. Potensi ini pun tentu saja memberi peluang bagi manusia untuk memperoleh mata pencaharian, seperti pembudidaya udang. Potensi tersebut selayaknya diikuti dengan penjagaan lingkungan yang lestari agar tidak berdampak buruk bagi ekosistem laut. Namun saat ini, hal tersebut belum diimbangi dengan wawasan lingkungan dan keamanan pangan.

Studi ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis apa saja yang mempengaruhi *green competitive advantage*. Diawali dengan memiliki visi bersama berwawasan lingkungan yang kemudian dituangkan dalam bentuk strategi hijau proaktif sebagai langkah menunjukkan identitas organisasi hijau.

Riset ini mengambil tiga objek pada sektor perikanan yakni BBPABP Jepara, CV Hadid Mukti Karya Semarang, dan BBIAPL Semarang dengan posisi narasumber masing-masing berupa perencana ahli pertama, pemilik usaha, dan koordinator loka menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *green shared vision* dan *green organizational identity* merupakan pondasi awal bagi ketiga objek studi untuk membangun keberlanjutan. *Green shared vision* dan *green organizational identity* ini kemudian direalisasikan dalam bentuk *proactive environmental strategy* yakni BBPABP Jepara dan BBIAPL Semarang menerapkan IPAL, Sertifikasi CPIB dan CBIB sedangkan CV Hadid Mukti Karya dengan *zero waste product strategi* dan resirkulasi tambak. Dari strategi proaktif hijau inilah yang dapat mempengaruhi *green competitive advantage*. Untuk mencapai *green competitive advantage* ini tidaklah mudah. Masih banyak yang harus dibenahi agar dapat menjual produk dengan kualitas terbaik tanpa merusak ekosistem lingkungan yang ada.

Kata kunci: *Green Shared Vision, Proactive Environmental Strategy, Green Organizational Identity, Green Competitive Advantage.*