

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa SBMI yang diterapkan oleh YC juga sejalan dengan temuan Affisa (2023) mengenai implementasi SBMI dalam strategi keberlanjutan IKEA melalui *IWAY Standard*. Studi ini menganalisis strategi keberlanjutan YC sebagai pemimpin manufaktur alat musik dalam menghadapi isu iklim dan rantai pasokan kayu selama 2015 hingga 2024. Hasilnya mendukung argumen dalam Bab I dan memberikan kontribusi baru dalam memahami strategi keberlanjutan rantai pasokan kayu, yang masih jarang dibahas. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang upaya perusahaan multinasional mewujudkan rantai pasokan kayu berkelanjutan di industri alat musik global.

Berdasarkan hasil analisis bab II mengenai komponen SVPI, YC membangun nilai bagi *stakeholders network* dengan melakukan kerja sama lokal dan internasional untuk menangani perubahan iklim di sektor industri. YC berinvestasi terhadap masyarakat dan pendidikan melalui program Mokuiku dari *Otonomori Activities*. Dalam aspek keberlanjutan, YC mengurangi emisi gas rumah kaca, melestarikan hutan (seperti Grenadilla di Tanzania, Rosewood di India, dan Sakhalin di Jepang), serta menerapkan uji tuntas kayu untuk mencegah praktik ilegal. YC juga mengembangkan produk ramah lingkungan melalui sertifikasi *eco-label* dan program Yamaha *Cares Upcycle* 2021. YC juga

berinovasi dalam proyek *Upcycling Guitar* 2021 dengan memanfaatkan sisa material yang tidak terpakai dan pameran inovatif 2023.

Dalam komponen SVC & DI, YC mewujudkan nilai keberlanjutan melalui kebijakan dan KPI yang diperbarui setiap empat tahun, seperti *Yamaha Management Plan 2016* hingga *Make Waves 2.0* pada tahun 2025. Dengan visi dan misi yang jelas, YC membentuk lima *working groups* yang fokus pada isu keberlanjutan seperti perubahan iklim, sirkulasi sumber daya, dan pengadaan. YC merestrukturisasi tata kelola bisnisnya menjadi tiga komite yaitu Nominasi, Audit, dan Kompensasi untuk meningkatkan efisiensi dan fungsi Dewan Direksi. YC memiliki *Compliance Code of Conduct* yang diinisiasi oleh *Working Group for Human Rights & DE&I*. Sebagai *market leader* alat musik, YC mengedepankan keberlanjutan dalam rantai pasokan kayu dan pelestarian lingkungan. Selain itu, YC berhasil mencatat kinerja keuangan yang solid selama dekade terakhir, memperluas pasar, serta meningkatkan efisiensi distribusi dan logistik melalui kemitraan dengan Project44.

Dalam komponen SVCI, YC memiliki model pendapatan yang beragam melalui diversifikasi bisnis: produksi dan penjualan alat musik, peralatan audio, dan komponen industry. Menyediakan layanan perbaikan piano, sekolah musik Yamaha, sewa alat musik melalui *Oto-Baton*, dan mengembangkan aplikasi berbayar seperti *Vocaloid* dan *MusicSoft Manager*. Strategi pemasaran disesuaikan dengan kondisi masing-masing negara. YC melakukan *merger* perusahaan pada tahun 2017. Biaya berkelanjutan YC mencakup adopsi energi

terbarukan 2020 dan penerapan harga karbon internal 2022 sebesar 14 ribu yen. Biaya lainnya termasuk biaya variabel seperti penjualan, kesejahteraan pegawai, dan biaya umum. Selain itu, YC menanggung biaya amortisasi akibat akuisisi perusahaan yang masih berjalan sejak laporan tahun 2016.

4.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, khususnya dalam hal pengumpulan data yang minim dukungan dari sumber lain untuk hanya sekadar memperkuat atau memvalidasi data primer YC. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi selanjutnya dengan lingkup serupa guna mengkaji aspek-aspek SBMI secara lebih menyeluruh dengan dukungan data tambahan. Penulis juga berharap ada penelitian lanjutan di bidang Hubungan Internasional yang membahas bisnis keberlanjutan dalam industri alat musik menggunakan konsep SBMI.