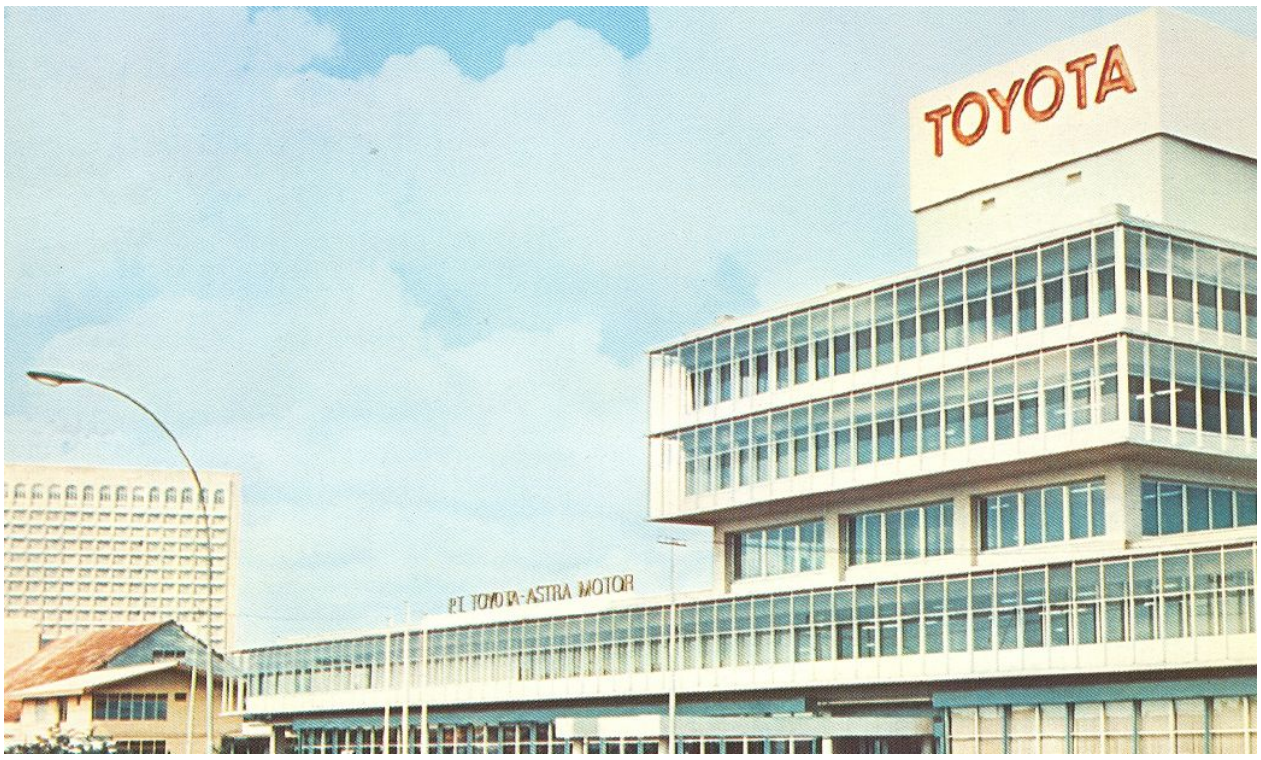
Features

50 Tahun kehadiran Toyota di Indonesia Membangun Industri, Memajukan Bangsa

08 April 2021



Kehadiran Kijang, Produk Legendaris Indonesia

Lahirnya Toyota kijang sebagai pionir industrialisasi otomotif di indonesia dengan kemampuannya yaitu memahami kebutuhan pelanggan. Alhasil, kijang sudah menemani hingga generasi turun - temurun.

Kisah sukses Toyota Indonesia sangat erat dengan Kijang yang merupakan singkatan dari “Kerjasama Indonesia-Jepang”. Transformasi Kijang merupakan cerminan perkembangan industri otomotif Indonesia. Dimulai dengan bentuk paling sederhana sebagai kendaraan Commercial, Kijang menandai produksi 2 juta unitnya pada tahun 2018 dan menjadi sebuah kenangan hidup bagi keluarga Indonesia.

Perkembangan BUV (Basic Utility Vehicle) yang sangat tinggi di Indonesia melahirkan produk fenomenal Kijang pada tahun 1977. Model Kijang pertama adalah Light Commercial Pick Up. Pada Saat itu hari Senin pagi di Istana Kepresidenan Jakarta, Toyota menyerahkan lima mobil Kijang Pickups kepada Presiden Soeharto sebagai sumbangan 40 unit Palang Merah Indonesia.

“Perakit asing yang beroperasi di Indonesia harus membantu melokalkan produksi mobil Indonesia,” kata Presiden Soeharto kepada Seishi Kato, Presiden Direktur PT Toyota Motor Sales Company. Hingga saat ini kijang bertahan dengan generasi keenam. Berkat kemampuannya dalam memproduksi Kijang, Toyota Indonesia dipercaya sebagai salah satu produksi global untuk produk-produk seperti Fortuner, Vios, Yaris, dan Sienta yang menjangkau lebih dari 80 negara di seluruh dunia.

Kolaborasi dan Ekspansi

Peningkatan volume ekspor otomotif serta pertumbuhan pasar otomotif dalam negeri merupakan hasil dari strategi industri dan kolaborasi yang di usung oleh Toyota Indonesia.

Pada tahun 2003 Toyota Indonesia telah melakukan restrukturisasi di bawah kebijakan “One Umbrella”. Transformasi tersebut dilatarbelakangi untuk lebih kompetitif dengan memperkuat pasar domestik serta memperluas pasar ekspor. TMMIN melanjutkan pabrikan TAM dan ekspor yang sebelumnya bertanggung jawab atas tiga afiliasi Toyota Indonesia termasuk MA, TM, dan TEI. Company restructuring MoU Signing, 2003

Kolaborasi dan Akselerasi

Toyota menerapkan berbagai strategi kolaborasi untuk memperdalam manufaktur domestik, sehingga dapat lebih kompetitif di pasar domestik maupun luar negeri. Pengembangan model baru untuk dapat memenuhi segmen di bawah Kijang menyebabkan Toyota mengambil beberapa langkah untuk bekerja sama dengan mitranya dalam mengembangkan produk. Toyota bergabung dengan Daihatsu yang kini menjadi bagian dari Toyota Group untuk memahami kebutuhan pasar yang akhirnya melahirkan Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia pada tahun 2004. Kedua produk tersebut berhasil memacu pertumbuhan di Indonesia. Pasar otomotif setelah Kijang tidak lagi menyasar segmen low entry. Avanza merupakan jawaban dari survei pasar di mana konsumen Indonesia menyatakan permintaan mereka akan produk yang lebih murah daripada Kijang (di bawah 100 juta rupiah). Tantangan berikutnya yang juga membutuhkan kolaborasi adalah terciptanya dua produk dengan pangsa pasar yang signifikan yaitu Toyota Agya dan Daihatsu Ayla pada tahun 2013. Kolaborasi dalam program low cost green car yang digagas pemerintah untuk Menghasilkan mobil ramah lingkungan berhasil mendongkrak pasar Indonesia menjadi 2 juta unit sesuai target.